

IST EINE „DIGITALE REVOLUTION“ DER TEXTILREINIGUNG NOTWENDIG?

Der Trend zu Online-Dienstleistungen macht auch vor der Textilreinigung nicht Halt: Verbraucher wollen geeignete Fachbetriebe schnell und einfach finden und ihre Reinigungsaufträge möglichst unkompliziert abwickeln. Der Trend mag derzeit vor allem noch auf größere Ballungsgebiete beschränkt sein, aber Betriebe ohne eine „digitale Strategie“ werden über kurz oder lang Probleme haben, den Anschluss zu halten.

Die Digitalisierung von Prozessen und Dienstleistungen ist nicht nur aufgrund von veränderten Kundenansprüchen sinnvoll. Auch betriebsinterne Prozesse lassen sich effizienter gestalten. Das hat sich aktuell beispielsweise bei der kurzfristigen Umstellung der Mehrwertsteuersätze gezeigt. Cloudbasierte Lösungen für Kassensysteme ließen sich mit deutlich weniger Aufwand anpassen.

Der Kunde ist König – und zunehmend online unterwegs

Wer Hemden, Anzug oder Kostüm zur Aufbereitung weggeben möchte, sucht den nächstliegenden Fachbetrieb heute meist per Smartphone. Die Homepage einer Reinigung, deren Eintrag in Suchmaschinen (und da gibt es mehr als nur Google!) oder in sozialen Medien sind für Menschen auf Reisen, im Urlaub oder Ortswechsler die erste Informationsquelle. Wer dort nicht vertreten ist, wird auch nicht gefunden. Besonders brisant: Selbst wenn Sie keine Einträge zu Ihrem Betrieb in Kartensuchdiensten anlegen, könnten das andere für Sie tun. Ohne Ihr Wissen und Ihre Kontrolle könnten dann beispielsweise auch Bewertungen zu Ihrem Unternehmen abgegeben werden.

Generell werden Einkäufe und Besorgungen zunehmend über Smartphones, Tablets und PCs geplant und abgewickelt. Diese Verlagerung in die „Onlinewelt“ wurde durch Corona nochmal weiter verstärkt, wie steigende Umsatzzahlen großer Online-Shoppingportale zeigen. Während in der Krise dieser Trend natürlich auch davon getrieben wur-

de, dass viele stationäre Geschäfte geschlossen waren, ist es unbestritten, dass immer weniger Leute an bestimmte Öffnungszeiten gebunden sein wollen und stattdessen ihre Angelegenheiten rund um die Uhr und mit wenigen Klicks erledigen möchten. Einige Betriebe aus der Branche setzen daher bereits auf vollautomatisierte Annahme- und Ausgabeautomaten.

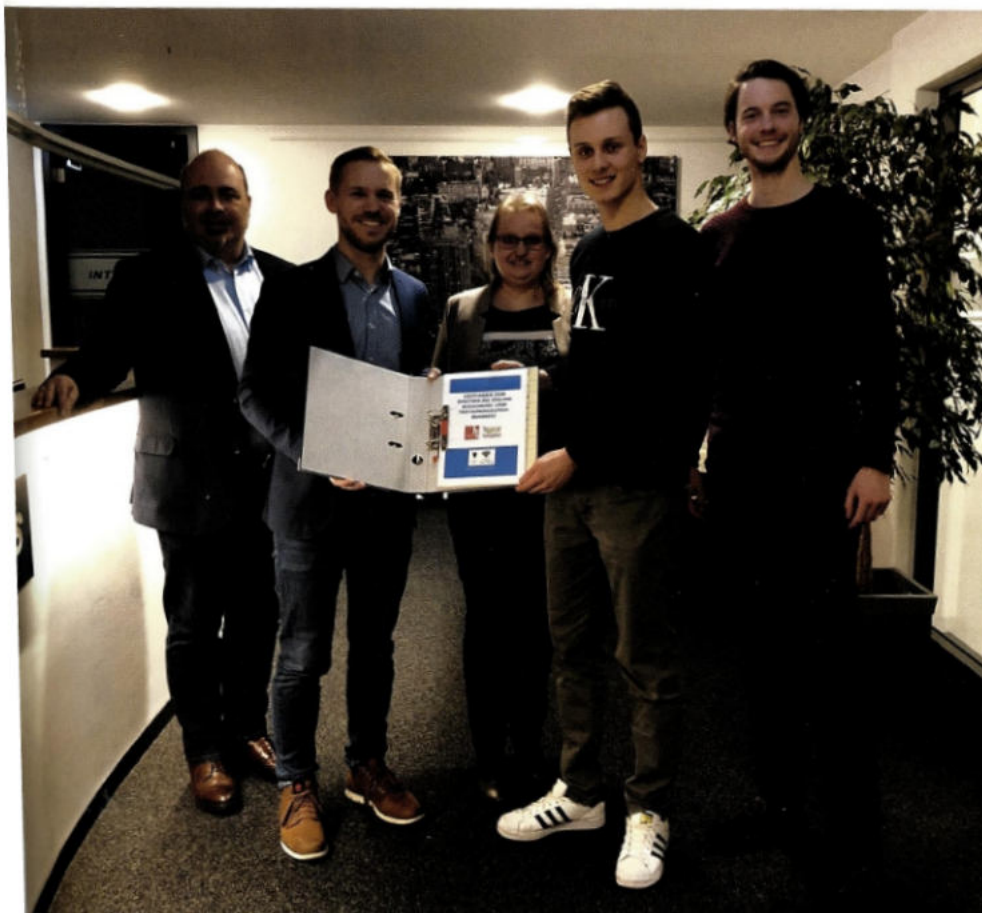
Mit Apps Kunden an sich binden

Apps können ein wichtiger Baustein für eine uneingeschränkte Erreichbarkeit von Textilreinigungen sein. Auf die Branche und ein Unternehmen zugeschnittene Anwenderprogramme verbinden den Verbraucher mit „seinem“ Dienstleister, der dadurch die Möglichkeit hat, über die digitale Kundenkarte personalisierbare Informationen zur Verfügung zu stellen oder auch per Push-Mitteilungen über aktuelle Sonderaktionen zu informieren. Der eine oder andere Kunde kommt damit vielleicht häufiger in den Betrieb.

Mit einer App wird die Textilpflege vor allem für ‚Digital Natives‘ attraktiv, denn sie erwarten eine unkomplizierte Auftragsabwicklung und Kommunikation per Smartphone.

Online-Portale als Geschäftsvermittler

Die Digitalisierung hat vieles verbessert, auch für Geschäftsbetreiber. Jedoch soll keinesfalls verschwiegen werden, dass sich auch problematische Herausforderungen ergeben. Ein Phänomen, das auch andere Branchen (Hotels, Taxis, Restaurants) kennen, sind Internet-Plattformen, die einen Keil in die direkte Kundenbeziehung von „Offline-Betrieben“ treiben. Der Kundenauftrag wird über eine App eingegeben und über ein Portal an ein angeschlossenes Unternehmen weitergeleitet. Der Betrieb kümmert sich dann entsprechend der vereinbarten Konditionen um die Abwicklung der ihm zugewiesenen Bestellung. Die Ausgestaltung der Kooperations- und Preismodelle ist sehr vielfältig und auch große Handelsketten wie „dm“ und „Rewe“ mischen neuerdings in diesem Markt mit. Derzeit vermag noch niemand abzu-



Klaus Eder (Dozent Hochschule Landshut), Daniel Dalkowski und das Projektteam der Hochschule Landshut mit Katrin Hoffmann, Matteo Kratz und Marcel Friedrich bei der der Schlussbesprechung des Leitfadens.

schätzen, wie sich dieser Markt entwickelt. Jeder sollte für sich entscheiden, ob und unter welchen Umständen eine Kooperation in die Geschäftsstrategie passt.

Die Frage, ob eine „digitale Revolution“ der Textilreinigung notwendig ist, stellt sich meiner Meinung nach tatsächlich gar nicht. Sie ist in vielen Bereichen bereits in vollem Gange. Jeder Betrieb muss allerdings für sich und sein Umfeld entscheiden, was wirklich sinnvoll ist. Alles „ohne Sinn und Verstand“ zu digitalisieren, ist genauso falsch, wie sich der gesamten Entwicklung kategorisch zu verschließen.

Da wir uns bewusst sind, dass es sich um ein sehr komplexes Feld handelt, haben wir als EFIT Anfang 2020 mit der Hochschule Landshut zusammen einen Leitfaden zum Einstieg in das Onlinegeschäft erstellt. Er bietet Betrieben eine erste Übersicht zu den Angeboten und Möglichkeiten der Onlinewelt. Denn eines ist sicher: Sie können und werden die Welt nicht ändern. Setzen Sie sich mit den Vor- und Nachteilen der Digitalisierung für Ihr persönliches Geschäft auseinander und richten Sie Ihre Strategie darauf aus. 🌀



Autor:
Daniel Dalkowski

*Geschäftsführer
Europäische
Forschungsvereinigung
Innovative Textilpflege e.V.*