

Wäsche ist Vertrauenssache

Interview mit Thomas Hollinger, CEO der Elis Schweiz

Für Thomas Hollinger war der Einstieg bei Elis im Herbst 2018 zwar ein Branchenwechsel, nachdem er zuvor in den USA, der Türkei, China, Frankreich und Japan für die Gategroup im Airline-Catering tätig gewesen war. „Von den Abläufen her ist das Geschäft im Hinblick auf Produktion und Logistik aber sehr ähnlich. Ein Unterschied ist, dass die Wäsche immer wiederkommt“, erklärt der gebürtige Aargauer und verheiratete Vater zweier Töchter.

Der französische Konzern Elis ist bereits 140 Jahre alt. Über Akquisitionen ist die Gruppe in Europa gewachsen und hat auf diese Weise 2001 auch in die Schweiz expandiert. Nachdem das dort akquirierte Unternehmen im Clean Room-Bereich tätig gewesen war, fasste Elis 2010 mit einer traditionellen Großwäscherei Fuß. Es folgten weitere große Unternehmenskäufe in der Deutsch-Schweiz. Mitte 2019 wurden alle Schweizer Betriebe in Elis integriert.

„Mittlerweile sind wir hier ein bekannter, starker Name. Unsere Stärke ist, dass wir in der ganzen Schweiz außer dem Tessin tätig sind. Obwohl wir zu einem großen Konzern gehören, bieten wir Schweizer Qualität“, betont Thomas Hollinger.

Blick auf neue Geschäftsfelder

Die Elis-Gruppe mit einem Jahresumsatz von 3,5 Milliarden EUR ist europaweit aktiv. Von ihren über 40.000 Mitarbeitern sind 750 an den 16 Standorten in der Schweiz beschäftigt. Bis zur Coronakrise war Elis Schweiz zu 50% in der Hotellerie und Gastronomie tätig, die anderen 50% entfielen auf das Gesundheits- und Sozialwesen sowie Industrie, Handel und Dienstleistungen. Schon damals habe man entschieden, verstärkt in den Bereichen Gesundheitswesen und Industrie zu wachsen.

„Im Nachhinein zeigt sich, dass das keine falsche Entscheidung war“, so Thomas Hollinger. Er plant, in der Schweiz neue, bereits in der Elis-Gruppe bestehende Geschäftsfelder zu eröffnen. „In diesem Jahr werden wir in Kapazitätserweiterungen investieren; nächstes Jahr wollen wir in weitere Märkte eintreten“, erklärt der CEO und betont: „Wir sind froh über unser diversifiziertes Geschäftsmodell und unsere breite geografische Aufstellung. In den Bergen waren die Auswirkungen von Corona deutlich weniger stark als in den Ballungsräumen.“

Die Leistungen von Elis umfassen das gesamte Textilmanagement der Kunden und weitere Nebendienstleistungen. Das Ziel: ein zentraler Ansprechpartner für Textil, Sanitär, Teppiche und Flachwäsche der Kunden werden.

„Der Kunde teilt uns mit, welche Wäsche er in welchen Mengen braucht“, erklärt Thomas Hollinger. Großen Hotelketten beispielsweise stellt das Unternehmen auch spezifische Wäsche exklusiv zur Verfügung. „Der Kunde kann sich durch unsere Leistungen auf sein Core-Business konzentrieren, sei es in der Hotellerie, im Restaurant, im Catering, in der Industrie oder in der Pflege. Mit unserem Geschäftsmodell hat er fixe Kosten und kann dadurch fest planen.“ Weil bei Bekleidung die Verfolgung wichtig ist, sind die Kleidungsstücke gechippt. Und Elis hat die Umwelt im Blick.

„Wir verbrauchen sehr viel Chemie, Wasser und Energie. Umso mehr müssen wir darauf achten, umweltschonend und sparsam mit den Ressourcen umzugehen. Der Elis-Konzern unterstützt diese Anstrengungen, und wir in der Schweiz können von den Erfahrungen aus anderen Ländern profitieren. Wir nutzen zum Beispiel Photovoltaik und Abwärme“, berichtet Thomas Hollinger.

Positive Entwicklungen in der Krise

Der CEO erklärt, warum persönliche Kontakte in seinem Geschäft wichtig sind: „Kleider, Uniformen, Arbeitskleidung und Wäsche sind sehr emotionale Themen. Schlussendlich verkaufen wir eine Dienstleistung. Den Servicegedanken kann man online nicht verkaufen; hier geht es um persönlichen Kontakt und Vertrauen.“

Für die nächsten Jahre ist die weitere Integration aller akquirierten Firmen in die Elis-Gruppe geplant. „Wir wollen unser Netzwerk weiter optimieren und ein Kompetenzzentrum etablieren, etwa für die Bereiche Gesundheit und Flachwäsche“, so der CEO. Er möchte auch die Diversifizierung weiter vorantreiben. Nach der Coronakrise sieht er für den Bereich Hotellerie bessere Zeiten kommen: „In der Schweiz wurden einige neue Hotels eröffnet. Wir freuen uns, mit ihnen zusammenzuarbeiten und zu wachsen.“

In Operationsräumen wurde aufgrund von Lieferschwierigkeiten oft auf Mehrwegartikel umgestellt. „Auch hier haben wir einige schöne Erfolge verzeichnet“, sagt Thomas Hollinger, der froh ist über das Verständnis seiner Mitarbeiter in dieser Zeit. „Dass sie bei allen notwendigen, schwierigen Entscheidungen mitgezogen sind, hat uns sehr geholfen.“

Quelle: <https://www.wirtschaftsforum.de>

Juli 2021