

Berufskleidung – mieten oder kaufen?

16. MAI 2013 . VON DAVID SELBACH



Viele Unternehmer geben ihre Berufskleidung in die Wäscherei
© joegraphic - Fotolia.com

Mit den Arbeitsjacken und -hosen ihrer Mitarbeiter beschäftigen sich Chefs nur selten. Dabei könnten sie viel Geld sparen. Die wichtigste Frage: mieten oder kaufen?

Das Thema stank – und zwar buchstäblich. Andrea Beckmann, Chefin des gleichnamigen Garten- und Landschaftsbaubetriebs aus Essen, hatte die Arbeitshosen und -westen, Jacken, Sweatshirts und Winterpullover für ihre Mitarbeiter jahrelang von einer großen Mietwäscherei bezogen. Die Kleidung war geleast. Gegen Zahlung einer Monatspauschale kümmerte sich der Dienstleister um Kauf, Reparatur und Reinigung, einmal pro Woche fuhr ein Transporter vor, um Schmutzwäsche abzuholen, der Fahrer räumte dann die frisch gefalteten Teile in einen eigens aufgestellten Wäscheschrank.

So weit, so gut. Nur: „Unsere Leute werden aufgrund ihrer Tätigkeit bei Wind und Wetter oft nass“, sagt Beckmann. „Und wenn nasse Kleidung eine Woche im Wäschecontainer liegt, fängt sie an zu muffeln.“ Beckmann kündigte den Vertrag und kaufte die Berufskleidung für ihre Belegschaft direkt bei einem Hersteller in Süddeutschland. Das ist für sie nicht nur praktischer, sondern auch günstiger. Heute fragt sich die Unternehmerin, warum sie so lange gewartet hat.

Nur wenige Chefs begreifen Arbeitskleidung als Managementthema, selten sehen sie sich auf dem Markt um. Eine typische Arbeitsmontur, bestehend aus Blaumann-Latzhose und -Jacke kostet zwischen 60 und 100 Euro netto. Zwei Drittel der Berufsbekleidung in Deutschland wird laut einer Studie der BBE Handelsberatung gekauft – bei Händlern oder direkt beim Hersteller. Meist aus Gewohnheit. Dabei lässt sich viel Geld sparen, wenn die Lösung optimal zum Unternehmen passt.

Kaufen oder mieten?

Die wichtigste Frage lautet: kaufen oder mieten? „Hier entstehen die meisten Fehler“, sagt Gena Gach, der mit seiner Unternehmensberatung Contest Consult Mittelständler auf der Suche nach Einsparmöglichkeiten unterstützt. Mietwäsche ist – zumindest theoretisch – praktischer: Verschlissene Kleidungsstücke werden automatisch ausgetauscht, stets liegen alle Teile in der richtigen Größe parat, und

eine Anfangsinvestition ist nicht nötig. „Aber Full Service passt nicht für alle“, sagt Gach. „Es kann sogar sein, dass es günstiger ist, die Kleidung zu kaufen.“

Für die Kalkulation ist die Unternehmensgröße der erste relevante Faktor. Je kleiner die Firma und damit auch der Bedarf an Arbeitskleidung ist, desto weniger rentieren sich die auf Masse ausgelegten Angebote der Mietwäscher (Anbieter siehe Kasten rechts). Der Essener Landschaftsbaubetrieb Beckmann etwa zahlte für die Mietwäsche von 13 Mitarbeitern pauschal 600 Euro pro Monat. Andrea Beckmann kaufte jedem Angestellten Kleidungsstücke für einmalig 1100 Euro. Dabei blieb es, der Berufsbekleidungshersteller hat bis jetzt alle verschlissenen Teile auf Kulanz ausgetauscht. Die Kosten für Zeit und Porto, wenn sie eine zerrissene Jacke einschicken muss, rechnet die Unternehmerin nicht ein. „Erstens kommt das vielleicht einmal im Monat vor“, sagt Beckmann. „Zweitens mussten wir vorher bei der Mietwäsche auch immer wieder hinter der Wäscherei hertelefonieren.“ Nach zwei Jahren hat sich der Kauf der Kleidung für sie amortisiert, sagt die Unternehmerin.

Gewaschen wird nun – wie in vielen Betrieben üblich – von den Angestellten zu Hause. Das ist zulässig, wenn es im Arbeitsvertrag steht. Unternehmer können ihren Angestellten für Waschpulver, Wasser- und Stromverbrauch natürlich eine steuer- und sozialabgabenfreie Aufwandsentschädigung zahlen, müssen es aber nicht. Andernfalls können Angestellte ihre Ausgaben von der Steuer absetzen. Ein Sonderfall sind Lebensmittelhersteller und -händler, Krankenhäuser, Labore und Pflegeheime. Sie unterliegen so strengen Hygienevorschriften, dass sie ihren Mitarbeitern die Kleidung gar nicht mit nach Hause geben dürfen. Auch Industriebetriebe, die mit Schwermetallen und anderen Giftstoffen hantieren, überfordern mit ihren Schutzjacken und kontaminierten Hosen die heimische Waschmaschine – und auch die kleine Wäscherei in der Nachbarschaft. Für solche Unternehmen ist die professionelle Mietwäsche – Textilservice genannt – oft die einzige realistische Alternative.

Labore waschen selten selbst

Beispiel Babor: Der Kosmetikhersteller aus Aachen kleidet die 130 Mitarbeiter in Abfüllung, Produktion, Labor und Werkstatt in gemietete Arbeitskittel und Hosen – weiß und blau, mit dem Firmenlogo und dem Namen des Mitarbeiters versehen. Wer einen Erste-Hilfe-Kurs absolviert hat, trägt zudem ein Ersthelfer-Emblem auf der Brust. Babor-Mitarbeiter in der Produktion wechseln täglich die Wäsche – jeder hat elf Garnituren, die im Spezialverfahren gereinigt werden müssen. „Eine derartige Logistik hätte Babor mit Bordmitteln nicht hinbekommen“, sagt Hildegard Danhier, die im Unternehmen für den Bereich verantwortlich ist. Danhier verhandelt den Mietpreis, den sie nicht nennen will, regelmäßig nach. Alle 36 Monate läuft der Vertrag aus. Dann kontrolliert sie, wie viele Teile die Firma wirklich braucht, und bestellt Garnituren ab, die überflüssig sind. „Man sollte das regelmäßig prüfen“, bestätigt Unternehmensberater Gach.

Der passende Tarif sei bei Mietwäsche entscheidend. „Es ist wie beim Handy“, sagt Gach. Für den einen ist die Flatrate besser, bei der jede Woche eine feste Anzahl verschmutzter Teile abgeholt und frisch angeliefert wird (siehe Musterrechnung

unten). Andere Firmen fahren gut mit dem sogenannten Splitting-Preis, bei dem sie eine Grundmiete pro Teil und Woche zahlen und einen Bearbeitungspreis für jedes gewaschene Kleidungsstück. Für die Kalkulation spielt auch eine Rolle, wie lange die Kleidungsstücke im Schnitt halten. Mietwäscheanbieter geben den Restwert der Teile nach drei, spätestens vier Jahren mit null an – beliefern Kunden aber oft deutlich länger. „Und man zahlt immer dieselbe Monatsrate“, sagt Ulrich Weber, auf Wäschereien spezialisierter Unternehmensberater aus Köln. Halten Blaumänner, Kittel und Jacken länger als drei Jahre, ist Kaufen in der Regel günstiger. Wer wenig verschleißt, aber dennoch bei Mietwäsche bleibt, sollte das Thema Restwerte in Preisverhandlungen zur Sprache bringen. Er kann bei Anschlussverträgen Rabatte erhalten.

Ökolabels als Werbeargument

Im Trend liegen Nachhaltigkeit und Ökologie. Große Anbieter wie der hessische Mietwäscher CWS-Boco oder Larosé aus Köln haben Waschstraßen, Schleudern und Mangeln in den vergangenen Jahren auf einen möglichst geringen Energie- und Wasserverbrauch getrimmt. Mehr als 3500 Megawattstunden Energie habe sie durch Wärmetauscher und Wiederaufbereitung gespart, erklärt Larosé-Chefin Annette Imhoff stolz. Den Kunden kostet der Larosé-Service deshalb nicht mehr: Der Dienstleister spart so schließlich Energie und Wasser.

Larosé ist auch Mitglied im „Global-Compact“-Netzwerk der Vereinten Nationen, hat sich Antikorruptionsregeln verordnet und veröffentlicht einen Nachhaltigkeitsbericht. Alle Textilien sind mit dem „Oeko-Tex“-Siegel des Instituts Hohenstein versehen, das heißt, sie sind frei von bestimmten Schadstoffen. Wenn das Institut Hohenstein im Oktober zusätzlich ein Ökozertifikat für den Energie- und Wasserverbrauch beim Waschen herausbringt, wird sich Larosé wohl auch darum bemühen. Denn immer häufiger verlangen größere Mittelständler und Konzerne, dass auch Zulieferer ihren Verhaltenskodex unterzeichnen und ihre Nachhaltigkeitsregeln beachten. So ist die Arbeitskleidung doppelt sauber. Und das alles in einem Aufwasch.

Beispiele für Mietwäscher:

- Alско (Zentrale in Köln): 19 Standorte bundesweit; www.alsco.de
- Bardusch (Ettlingen): 22 Filialen; www.bardusch.de
- CWS-Boco (Dreieich): 18 Filialen, vor allem im Süden; www.cws-boco.de
- Initial (Lingen): 18 Standorte, vorwiegend im Westen; www.initialservice.de
- Larosé (Köln): 16 Standorte, Schwerpunkt Nordrhein- Westfalen; www.larose.de
- Mewa (Wiesbaden): 13 Standorte, vorwiegend im Westen; www.mewa.de
- Sitex (Minden): 9 Standorte in Norddeutschland; www.sitex-service.de
- Walter Greif (Augsburg): 6 Standorte in Bayern, NRW und Berlin www.mietwaesche.de