

# »Die hohen Preise treffen jeden«

## Wäschekauf und -leasing wird 30 Prozent teurer

Die Baumwollpreise sind aktuell so hoch wie zuletzt vor 30 Jahren – was im wahrsten Sinne des Wortes nicht nur den verarbeitenden Unternehmen teuer zu stehen kommt, sondern auch den Verbrauchern. Top hotel sprach mit Helmut Börner, Leiter Vertrieb Produktmanagement der Walter Greif GmbH, über Auswirkungen auf sein Unternehmen und auf die Hotellerie

**Top hotel:** Mal zum Vergleich: Was kostete Baumwolle vor zwei Jahren und was kostet sie heute?

**Helmut Börner:** Ich kann mich hier nur auf die Auskünfte von unseren Lieferanten und auf das Internet berufen: 2009 hat man das Kilogramm Baumwolle für circa 70 Cent bekommen. Am 11. März dieses Jahres lag der Preis für ein Kilo bei rund 3,30 Euro.

**Top hotel:** Was sind die Gründe für diesen enormen Preisanstieg?

**Börner:** Hierfür gibt es mehrere Ursachen. Hauptursache für den Preisanstieg ist die weltweite Verknappung von Baumwolle, für die viele Faktoren verantwortlich sind: der hohe Eigenbedarf in China ebenso wie der Ausfuhrstopp in Indien und die alternative Nutzung der weltweiten Anbauflächen. Naturkatastrophen wie in Pakistan und Australien sowie der schlechte Dollarkurs taten ihr Übriges. Und am Ende kommen jetzt noch die Spekulanten ins Spiel.

**Top hotel:** Welche Auswirkungen haben diese Entwicklungen auf Textildienstleistungsunternehmen wie Ihres?

**Börner:** Die hohen Preise treffen natürlich jede Branche, die irgendwie mit Baumwolle zu tun hat. Doch nachdem diese extremen Steigerungen im Textileinkauf mehr als ungewöhnlich sind, kommen wir in Situationen, die uns in vielerlei Hinsicht vor große Herausforderungen stellen. Folglich müssen wir die Strategien im Einkauf anpassen und die Produktpolitik neu überdenken, um hier wenigstens teilweise entgegensteuern zu können. Im Einkauf beispielsweise könnte man die Kernsortimente auf mehrere Lieferanten verteilen und so die Warenversorgung sichern. Produktpolitisch müssen wir unsere Sortimente analysieren: Wenn wir schwächere aus dem Programm nehmen, müssen wir nicht mehr für alles einen Stock vorhalten. Aktuell haben wir bei der Tischwäsche



Helmut Börner wird die Produktpolitik bei seinem Unternehmen neu überdenken und das Sortiment eventuell bereinigen

über 25 Sortimente: Das ist viel zu viel. Darüber hinaus ist durch die Verknappung die Qualität der Baumwolle teilweise zweitrangig geworden und wir gehen davon aus, dass wir Qualitätsprobleme im Einkauf bekommen. Deshalb werden wir die Waren noch strenger kontrollieren und noch enger mit unseren Lieferanten zusammenarbeiten. So halten wir die Warenversorgung aufrecht, die im vergangenen Jahr schon manchmal kritisch war.

**Top hotel:** Geben Sie die Preissteigerung an die Hoteliers weiter oder können Sie diese anderweitig kompensieren? Worauf müssen sich Hoteliers künftig beim Wäschekauf bzw. -leasing einstellen?

**Börner:** Nachdem wir einen Markt bedienen, der bereits seit Jahren einen starken Preiskampf erlebt, und wir nur durch Rationalisierungsmaßnahmen preislich mithalten konnten, sind unsere Möglichkeiten nun nahezu ausgeschöpft. Die Erhöhungen im Textileinkauf von aktuell bis zu 60 Prozent, aber auch die bei der Energieversorgung, treffen uns in Millionenhöhe. Wir werden um eine Weitergabe an unsere Kunden nicht herum kommen und die Preise anheben müssen. Egal, ob ein Hotel die Wäsche selbst kauft oder diese über einen Textildienstleister bezieht, es müssen hierfür künftig um circa 30 Prozent höhere Kosten eingeplant werden.

**Top hotel:** Wohin wird sich Ihrer Meinung nach der Baumwollpreis mittel- bis lang-

fristig entwickeln?

**Börner:** Hier kann ich mich nur auf Expertenmeinungen berufen, die aber keine konkreten Aussagen zulassen. Bei einem Punkt sind sich aber alle einig: Auf das ursprüngliche Niveau wird man nicht mehr kommen. Lediglich eine Beruhigung des Anstiegs könnte mittelfristig eintreten. Aber das hat man mir vor einem Jahr schon einmal gesagt – und genau das Gegenteil ist eingetreten.