



Frische Meeresluft für einen erweiterten Horizont: Auf dem Katamaran bieten zwei ehemalige Wäschereihinhaber Workshops an.

Fotos: COPA

Workshops auf dem Katamaran

Von der Wäscherei aufs offene Meer

Mit der Wäscherei COLONIA waren sie erfolgreich. Jetzt wollen sie andere Unternehmer mit ihrer Erfahrung unterstützen. An einem ungewöhnlichen Ort: Andreas Agridopoulos und Stephan Palmer laden zu Workshop und Supervision auf ihren Katamaran nach Palma de Mallorca. Warum ein Perspektivwechsel Wunder bewirken kann.

Leise rauscht das Meer, die Wellen wiegen den Katamaran und im Sonnenuntergang blickt man auf die Kathedrale von Palma de Mallorca. Auf der Yacht sitzen Stephan Palmer und Andreas Agridopoulos, ehemals Inhaber der Wäscherei COLONIA in Köln. Per Video-call erzählen sie der Redakteurin von [R+W Textilservice](#), wie sich ihr Leben in den letzten Jahren verändert hat.

Unser Fachmagazin hat die beiden Wäscher immer wieder begleitet, war mehrmals zu Besuch in dem außergewöhnlichen Betrieb in Köln. Anlässe gab es genug:

- 2012 erhielt das COLONIA-Team den Branchenaward RWin für das abwechslungsreichste Marketingkonzept. Von Kuscheltierwaschtag über ausgefallene Lichtinstallationen

in der Wäscherei bis zum öffentlichkeitswirksamen Sieg bei einem Energiewettbewerb: „Mit Gewäsch zum Stadtgespräch“ titelte [R+W Textilservice](#) damals. Auch das außergewöhnliche Kesselhaus, genannt „Der rote Salon“, war selbst auf internationalen Messen immer wieder Gesprächsthema: Ein in Rot gehaltenen Raum, etwas anrühlich, mit zwei leicht bekleideten Kesselwärterinnen (Schaufensterpuppen). Eine Disco-Kugel sowie zwei Kronleuchter setzten die Großraumwasserkessel ins richtige Licht. Nicht nur den Kunden zauberte dieser Anblick ein Lächeln ins Gesicht.

- 2013 im September dann die Katastrophe: Die Wäscherei COLONIA brennt; es bleibt bis auf das Bürogebäude

nichts übrig. Die Geschäftsführer entschlossen sich zu einem Neubau. [R+W Textilservice](#) war nur sieben Monate nach dem Brand vor Ort – in einer topmodernen, neuen Wäscherei.

- 2019 erhielt das Unternehmen erneut den RWin, diesmal als Sonderpreis für Mitarbeiterführung. Zahlungen über dem Mindestlohn, flexible Arbeitszeitgestaltung, betriebliche Förderungen sowie gemeinsame Unternehmungen waren für die Chefs „Standardprogramm“. Zusätzlich boten sie ein betriebsinternes Frühstück für alle in einer neu gestalteten Küche; eine Musikwunschlister sorgte für gute Laune am Arbeitsplatz. Die Folgen: Weniger Fehlzeiten wegen Krankheiten und Kostenersparnis durch geringere Fluktuation

Insgesamt lässt sich resümieren: Die Wäscherei COLONIA war eine Erfolgsgeschichte. Wie haben die beiden Unternehmer das geschafft? „Wir haben versucht, Vieles anders zu machen. Einiges haben wir auch von ‚den Großen‘ der Branche adaptiert, um genauso wirtschaftlich zu arbeiten“, sagt Agridopoulos.

COLONIA: So fing alles an

Alles begann 1994 mit dem Aufbau des eigenen Textilpflegebetriebs auf zunächst 80m². Der Kundenkreis wuchs; 2002 zog das Unternehmen nach Köln-Stammheim und verabschiedete sich vom Privatkundengeschäft. Neben Wäsche aus Hotels und Restaurants kam die Bearbeitung von Berufsbekleidung dazu. 2009 folgte der Sprung in einen noch größeren Betrieb in der Toyota-Allee in Köln-Marsdorf auf ein Grundstück mit rund 2.400m². 2012 waren die Auftragsbücher voll; die Unternehmer investierten in eine komplett neue Produktionsanlage. Doch dann folgte der Brand und damit eine schwere Zeit. Agridopoulos und Palmer arbeiteten sieben Tage die Woche von früh bis spät. Der Erfolg gab ihnen wiederum Recht: 2014 stand eine nigelnagelneue Wäscherei an Ort und Stelle. Der Preis war hoch: Ein Privatleben hatten die beiden kaum noch.

Als es 2017 wieder richtig rund lief, fragten sie sich: „Was ist die Wäscherei COLONIA eigentlich wert?“ Sie ließen sich eine Bewertung vom Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmen KPMG anfertigen und waren positiv überrascht. Fast zeitgleich meldete sich ein M&A-Berater (M&A für englisch: Mergers and Acquisitions; deutsch: Fusionen und Übernahmen) aus München und bekundete im Namen der Lavatio GmbH Interesse am Kauf der Wäscherei. Bei intensiven Gesprächen wurde klar,



Andreas Agridopoulos ist überzeugt: „Wer Kurs halten will, muss manchmal den Horizont neu ausrichten.“



Stephan Palmer: „Handgepäck reicht für die drei Tage – statt Klamotten nimmt man neue Ideen im Koffer mit nachhause.“

welche Gruppe sich dort firmiert – entstanden aus dem Kruppert-Betrieb (Hünfeld) – und dass es sich um eine mehr als ernstzunehmende Anfrage handelte. Zunächst zögerten die beiden Unternehmer. Als „Wink des Schicksals“ erlitt Agridopoulos im April 2019 einen Herzinfarkt – und die Entscheidung war klar. Im November 2019 unterschrieben sie den Verkauf, kurz vor Beginn der Corona-Krise. Sie begleiteten den Betrieb noch zwei Jahre als Geschäftsführer und waren ein Jahr als Berater der Lavatio Gruppe tätig.

Irgendwann stellte sich die Frage: Wie geht es weiter? Was kommt jetzt? Agridopoulos und Palmer waren sich einig: „Es wäre schade, unser langjährig gesammeltes Know-how und unsere Leidenschaft für das Unternehmertum links liegenzulassen. Wir wollen es nutzen! Wir wollen anderen Unternehmern helfen mit unseren Erfahrungen.“ In ihrem Umfeld begannen sie mit Beratungen. Nicht nur für Wäschereien, auch ganz andere Branchen wie aus dem Handwerk oder im sozialen Bereich waren bereits dabei. Steckenpferd ist und bleibt für Palmer und Agridopoulos die Textilpflege. „Die Unternehmen der Branche haben meist alle ähnliche Probleme, die wir gut kennen. Da hat schon früher immer ein Austausch z.B. auf Veranstaltungen gutgegan“, sagt Agridopoulos.

Eine Reise, die verändern kann

Mit der Anschaffung ihres Katamarans im Hafen von Palma de Mallorca stand der Plan: „Wir bieten ganz besondere und außergewöhnliche Workshops für Unternehmer und Führungskräfte sowie Angestellte an und zwar an einem ganz besonderen Ort. Eine Reise, die verändern kann.“ Agridopoulos betont: „Ich verstehe mich heute als eine Art Supervisor für Unternehmerinnen und Unternehmer. Ich begleite Menschen, die mitten im Alltag ihres Betriebs und den täglichen Herausforderungen oft keine Zeit haben, von oben auf ihr Unternehmen zu schauen.“

Die „Fontaine Pajot SABA 50“ sei dabei mehr als nur ein Schiff. „Sie ist ein Raum für Veränderung, für Inspiration, für neue Perspektiven“, so Palmer. „Der Katamaran bietet mit seiner luxuriösen Ausstattung – einschließlich privater Gästekabinen mit eigenem Bad, groß-



Frottierwaren für die smarte Wäscherei!

Floringo GmbH • Äussere Kreuzäcker 2 • D-82395 Obersöchering
Tel. +49 8847 69070 • info@floringo.de • www.floringo.de



Floringo®



Auf dem Katamaran hat jeder seine private Gästekabine mit eigenem Bad.

zügigem Salon und Chill-Out-Bereichen – den perfekten Rahmen für kreatives Arbeiten und strategische Weiterentwicklung.“ Drei Tage verbringen die Teilnehmenden auf Mallorca, leben und arbeiten auf dem Katamaran und tauschen sich in kleinen Gruppen von drei bis sechs Personen aus.

Unternehmer, Führungskräfte und Entscheidungsträger können hier ihre beruflichen und persönlichen Ziele reflektieren und gestärkt neue Wege einschlagen. Ohne Ablenkung, ohne Alltagsstrott – dafür mit frischer Meeresluft, Horizonterweiterung und echten Aha-Momenten. „Unsere bisherigen Teilnehmer berichten von lebensverändernden Erkenntnissen, neuer Klarheit und ungeahnter Energie“, resümiert Agridopoulos. Das Konzept möchte er weiter ausbauen und mit Menschen teilen, die offen für Wachstum und Veränderung sind.

Klarheit auf Prozessebene

Klarheit wollen sie bei ihren „Boots-trips“ z.B. auf der Prozessebene aber auch kaufmännisch schaffen, Stichwort Kilokosten- bzw. Stückkostenberechnung. „Gerade kleinere Betriebe sind hier oft schlecht aufgestellt“, weiß Agridopoulos. Er gibt den Unternehmern ein Excel-basiertes Tool an die Hand, eine Art Wirtschaftsplan. Dieser simuliert die kommenden Monate mittels statistischer Werte – ähnlich wie eine BWA vom Steuerberater, aber verständlicher, transparenter und v.a. auf die Zukunft gerichtet. Dabei werden alle Basiswerte erfasst: Verbräuche, Prozessdaten, Kosten und so weiter. Als Ergebnis sehen Betriebe z.B., welcher Kunde sich noch lohnt.

Unternehmensnachfolge ist ebenfalls ein Thema, das auf dem Schiff thematisiert werden kann. „Hier wissen wir ja auch aus eigener Erfahrung mit dem Verkauf der Wäscherei, welche Punkte wichtig sind – man hat nur einen Versuch, der muss sitzen“, betont Agridopoulos. Schließlich veräußert man sein Lebenswerk.

Personalerfahrungen weitergeben

Dauerbrenner bei vielen Chefs ist auch die Personalführung. Wie bekommt man den Krankenstand runter? Wo sind neue Mitarbeitende zu finden? Was motiviert die Beschäftigten? Die Personalerfahrungen aus der COLONIA-Zeit geben Agridopoulos und Palmer weiter. „Wir bringen viel Verständnis für die Probleme der Unternehmer mit: Mitbewerber, Banken, Versicherungen, Kostendruck oder auch ein Brand – das kennen wir alles selbst und können Lösungsanregungen geben.“

Aktuelles Beispiel, das in aller Munde ist: Künstliche Intelligenz (KI). „Der Einsatz von KI macht so Vieles möglich und kann Betriebe und Beschäftigte entlasten! Es ist wichtig, bei dem Thema nicht den Anschluss zu verlieren und Dinge einfach mal auszuprobieren“, ermutigt Agridopoulos. KI könne dabei z.B. für die automatisierte Angebotserstellung, für einen Chatbot auf der Website oder auch eine Telefonanlage zum Einsatz kommen. Die Botschaft der beiden Kölner Unternehmer ist: Das geht alles auch in kleinen und mittelständischen Betrieben! „Wir waren auch nicht groß: Die Wäscherei COLONIA hatte 50 Angestellte.“ Der Ertrag sei überproportional hoch gewesen, der Betrieb hatte ein Top-Scoring bei den Banken und

Creditreform. „Im Benchmark auf den Erlös konnten wir stets die vorderen Plätze belegen“, so Agridopoulos.

Welche Unternehmensbereiche genau bei den angebotenen Workshops thematisiert werden, ist individuell auf die Teilnehmenden zugeschnitten, ganz nach Bedarf. Palmer betont: „Das große Rad wird man selten finden. Stattdessen sind es oft eine Menge kleiner Stellschrauben, die gedreht werden müssen, um positive Effekte zu erreichen.“

Dresscode: Kurze Hose und T-Shirt

Der offene Austausch bei der dreitägigen „Reise“ ist Agridopoulos und Palmer wichtig: „Wir können auch komplett offen erzählen, da wir keine Mitbewerber mehr haben.“ Es soll unkompliziert zugehen. Vorgefertigte PowerPoint-Präsentationen gibt es nicht, alle sind perdu. Der Dresscode auf dem Katamaran: Kurze Hose und T-Shirt. Palmer sagt: „Handgepäck reicht für die drei Tage. Die Leute packen statt Klamotten neue Ideen in ihren Koffer und nehmen sie mit nach Hause!“ Sie sollen mit einem neuen Blick auf das Leben zurückkehren.

Agridopoulos ergänzt: „Unternehmertum heißt, Verantwortung zu tragen – für Menschen, für Zahlen, für die eigene Zukunft. Unser Ziel ist es, unseren Besuchern einen Raum zu schenken, in dem sie ihre Themen mit Abstand, Klarheit und neuer Energie betrachten können.“ Manchmal reiche ein Perspektivwechsel auf offener See, um an Land die richtigen Entscheidungen zu treffen.

Ausgewandert auf die Sonneninsel sind die beiden Unternehmer übrigens nicht. Köln bleibt ihre Heimat. Aber Anfang April bei 22°C in der ersten Reihe im Hafen von Palma auf der Luxusyacht ein Interview mit einem Fachmagazin zu führen, genießen sie sehr. Bei gutem Wetter fährt der Katamaran natürlich auch raus aufs Meer. Ganz nach dem Motto: „Tiefgang mit Weitblick.“

Weitere Infos gibt es online oder telefonisch unter 0177 6363(101) oder (102). Der dreitägige Workshop wird ab 2.350 Euro (zzgl. MwSt.) pro Person angeboten.

Elena Schönhaar
www.wash-brain.de