



Waschstraße „PowerTrans“ mit konsequent getrennten Kammern für betriebliche Flexibilität.

Fotos: Kannegiesser

Tina Kannegiesser anlässlich des 75. Firmenjubiläums

Herausforderungen haben uns gestärkt

Was als kleines Unternehmen in einer Holzbaracke im Jahr 1948 in Vlotho (NRW) begann, ist heute mit weltweit rund 2.000 Mitarbeitenden ein globaler Partner und Gesamtausrüster der Wäscherei-Industrie. Das familiengeführte Unternehmen Kannegiesser, dessen Mission es ist, innovative Lösungen für die Automatisierung, Robotisierung, Ergonomie, Produktivität und Nachhaltigkeit zu entwickeln, feiert in diesem Jahr 75-jähriges Bestehen. [R+W Textilservice](#) sprach mit Tina Kannegiesser, seit 2021 Vorsitzende der Geschäftsführung.

Frau Kannegiesser, ein Jubiläum verführt in vielen Fällen auch zu einem Rückblick. Was war wohl in den 75 Jahren die größte Herausforderung für Ihr Unternehmen?

Tina Kannegiesser: Blicke ich auf die letzten Jahre zurück, wurden wir mit einigen erheblichen Herausforderungen konfrontiert. Dazu zählten insbesondere die Corona-Krise, die geopolitische Krise und die Lieferkettensituation. Die Corona-Krise war zweifellos eine der größten Herausforderungen. Die Pandemie hatte weitreichende Auswirkungen auf die gesamte Weltwirtschaft und zwang uns, uns schnell an die sich ändernden Bedingungen anzupassen. Lockdowns, Reisebeschränkungen und gestörte Lieferketten beeinflussten unsere Produktions- und Vertriebsprozesse. Diese Herausfor-

derungen haben uns gestärkt und gezeigt, dass wir auch in schwierigen Zeiten erfolgreich sein können.

Prägend dabei sicher auch die langjährige Vision Ihres Vaters Martin Kannegiesser.

Die langjährige Vision meines Vaters war prägend und hat einen unvergleichlichen Einfluss auf die Entwicklung unseres Unternehmens gehabt. Bereits vor 75 Jahren legte mein Großvater den Grundstein in einer bescheidenen Holzbaracke in Vlotho und setzte damit den Anfang. Durch seine Leidenschaft und sein Engagement hat er es geschafft, das Unternehmen Schritt für Schritt auszubauen und voranzutreiben. Von Anfang an zeichnete sich sein ausgeprägter Unternehmergeist ab, der uns ermöglichte,

uns zu einem weltweit führenden Hersteller von Wäschereitechnik zu entwickeln. In jeder entscheidenden Phase unserer Unternehmensgeschichte ist der Einfluss von meinem Vater deutlich spürbar. Seine klugen Entscheidungen, seine Führungskompetenz und sein vorausschauendes Denken haben uns geholfen, motiviert und inspiriert. Es liegt an uns, seine beeindruckende Arbeit nicht nur heute, sondern auch in der Zukunft fortzusetzen. Die langjährige Vision meines Vaters bleibt der Kern unseres Unternehmens.

Sie sind mittlerweile acht Jahre im Unternehmen, seit 2020 Geschäftsführerin der Herbert Kannegiesser GmbH und seit 2021 Vorsitzende der Geschäftsführung.

Hat durch den Führungswechsel auch die Firmenphilosophie eine andere Nuance bekommen?

Die letzten acht Jahre sind wie im Flug vergangen. In dieser Zeit haben sich viele Aspekte unseres Unternehmens verändert. Es ist inspirierend, auf die gemeinsam erreichten Fortschritte zurückzublicken.

Was unsere Firmenphilosophie betrifft, so kann ich mit Gewissheit sagen, dass sie sich nicht geändert hat. Unser Engagement für höchste Qualität, Kundenzufriedenheit und Innovation bleibt unverändert stark. Was sich jedoch verändert hat, ist unsere Herangehensweise und unsere Bereitschaft, uns an neue Gegebenheiten anzupassen. Wir haben unsere Unternehmenswerte genutzt, um uns den Veränderungen in der Branche anzupassen und dabei gleichzeitig unseren Grundprinzipien treu zu bleiben.

Ich bin dankbar dafür, dass ich immer von den anderen Geschäftsführern in allen Belangen unterstützt worden bin. In den letzten acht Jahren haben wir gemeinsam Höhen und Tiefen erlebt, Herausforderungen gemeistert und Erfolge gefeiert. Ich bin zuversichtlich, dass wir in den kommenden Jahren noch viel

mehr erreichen werden und unsere Mission als globaler Partner für die Zukunft der Wäscherei-Industrie weiterverfolgen werden.

// Kontinuität ist die Grundlage für eine langjährige Partnerschaft.

Tina Kannegiesser

Wie würden Sie im Firmenalltag den Begriff Kontinuität skizzieren?

In unserem täglichen Firmenalltag ist Kontinuität von großer Bedeutung. Das bedeutet, dass wir uns immer auf unsere Unternehmensziele und Werte konzentrieren, selbst wenn sich äußere Umstände ändern. Wir bewahren unsere Grundprinzipien, passen uns jedoch flexibel an Veränderungen an, um langfristigen Erfolg zu sichern. Diese Kontinuität ist die Grundlage für eine langjährige Partnerschaft mit unseren Kunden.

Sie sind auch stellvertretende Vorsitzende der Martin Kannegiesser Familienstiftung. Was verbirgt sich denn hinter diesem Stiftungsgedanken?

Die Familienstiftung ist ein zentraler Baustein für die Zukunft des Unternehmens. Sie erlaubt uns, langfristig für unser Unternehmen zu sorgen. Dadurch

können wir nicht nur unsere familiären Werte und unser Erbe bewahren, sondern sicherstellen, dass das Unternehmen auch in den kommenden Jahren erfolgreich bleibt. In der Position als stellvertretende Vorsitzende der Stiftung sehe ich mich gemeinsam mit meinem Vater in der Verantwortung, diese langfristig mit Leben zu erfüllen. So können wir die Erfolgsgeschichte unseres Unternehmens weiterschreiben.

Firmengründer Dipl.-Ing. Herbert Kannegiesser startete 1948 zusammen mit vier Mitarbeitern die Herstellung von Bügelmaschinen für die Bekleidungsindustrie. Wie würden Sie heute das Kannegiesser-Produktprogramm umschreiben?

Unser Produktprogramm richtet sich nach den Anordnungen unserer Kunden. Wir bieten eine vollständige Palette an Lösungen, die unsere Kunden benötigen, um nicht nur wettbewerbsfähig, sondern auch zukunftsfähig zu sein.

Die Märkte sind im Wandel und somit müssen sich auch die textilen Dienstleister neuen Aufgaben stellen. Eine Wäscherei ist heute mit Herausforderungen konfrontiert, die sich aus den gesellschaftlichen Entwicklungen der Globalisierung, der Individualisierung, dem demografischen Wandel und der weiteren Verknappung von Naturressourcen ableiten.

Steigende Wäschemengen, Artikelvielfalt, Energiekosten, Hygiene, Einzellösungen, Preisdruck - die Themenvielfalt ist enorm und verlangt eine ganzheitliche, integrative Optimierung des Gesamtsystems. Als globaler Partner für die Zukunft der Wäscherei-Industrie bieten wir unseren Kunden ein individuelles und lückenloses Programm an zukunftsorientierten Lösungen. Konzi-



Tina Kannegiesser: „Die Wäscherei-Industrie unterliegt einem dynamischen Wandel, der von technologischen Fortschritten, sich ändernden Umweltstandards und sich entwickelnden Markttrends geprägt ist.“



Kannegiesser-Team im Jahre 1950.

piert und beliefert werden alle Bereiche eines modernen Wäschereiprozesses - von Wasch- und Entwässerungstechnik über Finishsysteme und Fördertechnik bis hin zu bereichsübergreifender Logistik, Daten- und Informationssysteme, Ressourcenmanagement und sogar Roboter.

Unser Produktprogramm ist nicht nur auf Produkte beschränkt, sondern umfasst auch eine umfangreiche Palette von Dienstleistungen, Schulungen und Beratung. Wir sind bestrebt, unseren Kunden eine umfassende Lösung zu bieten, die jeden Aspekt ihrer Wäschereibläufe abdeckt. Unser Ziel ist es, unsere Kunden nicht nur mit Maschinen auszustatten, sondern ihnen die Werkzeuge und das Know-how zu geben, die sie benötigen, um erfolgreich zu sein.

Unterteilen Sie dabei nicht auch in verschiedene Sparten?

Wir unterteilen in sechs Technologiebereiche: Waschen, Flachwäsche, Formteile, Logistik, Prozesstechnik und Daten- und Informationssysteme. Die Aufteilung in diese Technologiebereiche ist eine strategische Entscheidung, die uns zahlreiche Vorteile bietet. Zunächst einmal verbessert sie unsere Effizienz erheblich. Jeder Bereich kann sich nun auf spezifische

Aspekte unseres Geschäftes konzentrieren, was ermöglicht, unsere Prozesse in jedem Bereich zu optimieren.

Darüber hinaus liegt uns die Zufriedenheit unserer Kunden besonders am Herzen. Dank dieser Struktur können wir maßgeschneiderte Lösungen anbieten, die genau auf die Bedürfnisse unserer Kunden zugeschnitten sind.

Außerdem können wir so Innovation und Entwicklung zielgerichteter vorantreiben. Das bedeutet, dass wir immer auf dem neusten Stand der Technik sind und unsere Konkurrenzfähigkeit aufrechterhalten.

Zusammengefasst hilft uns diese Aufteilung besser organisiert zu sein, unsere Produkte und Dienstleistungen kontinuierlich zu verbessern und die Bedürfnisse unserer Kunden noch besser zu erfüllen. Diese Herangehensweise ist ein wichtiger Schlüssel zu unserem Erfolg.

Die Wäschereitechnik wird in Deutschland an 5 Standorten sowie in Großbritannien und in den USA produziert. Hat dabei jeder Standort eine eigene Spezialisierung?

Wenn es um Produktionsstandorte geht, so ist uns Qualität und eine sichere Zukunft sehr wichtig. Jeder unserer Standorte bringt besondere Fähigkeiten und Ressourcen mit, um sicherzustellen, dass wir erstklassige Produkte und Services bieten können.

Unser Ziel ist es, die Stärke jedes einzelnen Standorts bestmöglich zu nutzen, um die Erwartungen unserer Kunden zu übertreffen. Wir glauben fest daran, dass die Vielfalt dieser Kompetenzen und die enge Zusammenarbeit zwischen den Standorten entscheidend für unseren anhaltenden Erfolg sind.

Um Qualität und Zukunftssicherheit zu gewährleisten, investieren wir kontinuierlich in die Modernisierung und Weiterentwicklung unserer Produktionsstätten. Wir setzen die neusten Technologien und bewährte Verfahren ein, um sicherzustellen, dass wir den sich veränderten Anforderungen und Herausforderungen unserer Branche gerecht werden.

Letztendlich sind unsere Produktionsstandorte nicht nur Orte der Arbeit, sondern auch ein Beweis für unser Engagement für Qualität und eine vielversprechende Zukunft.

Wo befinden sich denn die deutschen Standorte?

Die deutschen Standorte befinden sich in Vlotho, Sarstedt, Hoya, Bad Schlema und Augsburg. Jeder Standort zeichnet sich durch spezialisierte Kompetenzen sowie durch hohe Fertigungstiefe aus. Jeder dieser Standorte hat sich auf bestimmte Bereiche spezialisiert, um eine optimale Leistung und Qualität sicherzustellen. Die hohe Fertigungstiefe ermöglicht es uns, viele Produktionsschritte intern durchzuführen und somit die Kontrolle

„ Die langjährige Vision meines Vaters bleibt der Kern unseres Unternehmens.

Tina Kannegiesser

über den gesamten Fertigungsprozess zu behalten.

Internationalität scheint großgeschrieben. So sind Sie in 54 Ländern präsent. Wo sehen Sie die umsatzstärksten Märkte im Moment? Wo in der Zukunft?

Deutschland ist unser Heimatmarkt, auf den wir mit besonderem Stolz blicken. Mit vielen unserer Kunden verbindet uns eine langjährige Partnerschaft, die auf Vertrauen, Zusammenarbeit und gemeinsame Erfolge beruht. Darüber hinaus hat sich Nordamerika als ein weiterer bedeutender Markt für uns etabliert, auf dem wir ebenfalls sehr erfolgreich sind. Jedoch beschränkt sich unser Erfolg nicht nur auf diese beiden Regionen. Wir sehen auch in anderen Märkten ein enormes Wachstumspotenzial. Ziel ist es, unsere Präsenz weiter auszubauen und in neuen Märkten Fuß zu fassen, um die Bedürfnisse unserer Kunden weltweit zu erfüllen. Wir sind davon überzeugt, dass unsere bewährten Strategien und Qualitätsstandards uns auch in diesen aufstrebenden Märkten erfolgreiche machen werden.

Wie ist Ihr Haus denn durch die Pandemie gekommen? Welche Auswirkungen gab/gibt es auf Lieferketten, Produktions- und Vertriebsprozesse?

Natürlich haben uns die Folgen der Pandemie stark getroffen. Schließlich haben wir einen signifikanten Teil unserer Kunden in der Hotel-Branche und der Gastronomie. So konnten wir auch Kurzarbeit nicht in allen Bereichen des Unternehmens verhindern.

Aber auch bei Kunden aus anderen Branchen sind von heute auf morgen Besuche zwecks Beratung und Auslegung gestrichen worden. Für uns und unsere Kunden war es eine große Umstellung sich nicht mehr persönlich zu begegnen, sondern auf digitale Kommunikationswege auszuweichen - von Messen und Kongressen ganz zu schweigen. Deswegen haben wir die Zeit für Weiterentwicklung genutzt. Und zwar in den drei Dimensionen Mitarbeiter, Produkte und Kundenkommunikation. Unsere Mitarbeiter müssen sich zwangsläufig auf die neue Situation einstellen und damit ist primär die Veränderung der Arbeitswelt

und der Kultur gemeint. Produkte entwickelt haben wir schon immer, aber jetzt mehr denn je. Neu sind auch die Wege, wie wir mit unseren Kunden in Kontakt bleiben. Entscheidend war für uns, dass wir trotzdem für unsere Kunden ansprechbar waren und wir sie wo immer sie unsere Hilfe brauchten, unterstützen konnten.

Zurück zu einzelnen Produktlinien: Welche Entwicklungen oder Innovationen der letzten 75 Jahre sehen Sie als richtungsweisend für Ihr Unternehmen?

In den letzten 75 Jahren hat unser Unternehmen bedeutende Innovationen und Entwicklungen durchlaufen, die unsere Richtung und unseren Erfolg maßgeblich geprägt haben. Im Jahr 1983 markierte einen Wendepunkt, als wir die Trennung zwischen der Mangelstraße und den „Zusatzmaschinen“ aufhoben. Ab diesem Zeitpunkt begannen wir, die Wäscherei als Gesamtsystem zu betrachten und präsentierten die „Mangelstraße aus einem Guss“. Diese Umstellung war ein Meilenstein in unserer Entwicklung. Ein weiterer bedeutender Schritt erfolgte im Jahr 1998 mit der Erweiterung unseres Produktprogrammes um die Waschtechnik. Heute ist unsere Waschstraße ein stolzes Flaggschiff in unserem Produktportfolio und ein zentraler Bestandteil unseres Angebots.

Rückblickend haben wir in den vergangenen Jahren bahnbrechende Fortschritte in der Wäscherei-Industrie erzielt. Zu den jüngsten Innovationen zählen die Automatisierungstechnologie und der Einzug von Robotisierung in die Wäscherei, die Verbesserung der Ergonomie und verschiedene Nachhaltigkeitstechnologien. Diese Innovationen haben unsere Produkte nicht nur effizienter gemacht, sondern auch umweltfreundlicher und benutzerfreundlicher.

Welche Notwendigkeiten, Perspektiven oder Branchenbedürfnisse sehen Sie aktuell im Bereich Maschinen- und Wäschereitechnik?

In der Maschinen- und Wäschereibranche sind die wichtigsten Trends und Notwendigkeiten Automatisierung, Robotisierung, Ergonomie und Nachhaltigkeit. Die Branche muss innovative Lösungen



WEIL NICHT JEDER
VON NATUR AUS DAS
RICHTIGE ANHAT.

Besuchen Sie uns in
Halle 10 / Stand G 32.
Wir freuen uns auf Sie!

www.hb-online.com



24. - 27. OKTOBER 2023, DÜSSELDORF

HB Protective Wear GmbH & Co. KG
Phone +49 2639 8309-0
info@hb-online.com

be safe. we care.



Tina Kannegiesser: „In der Maschinen- und Wäschereibranche sind die wichtigsten Trends und Notwendigkeiten: Automatisierung, Robotisierung, Ergonomie und Nachhaltigkeit.“

entwickeln, um diesen Anforderungen gerecht zu werden.

Sie sehen das Unternehmen seit vielen Jahren als Gesamtausrüster der Wäscherei. Gibt es in der großen Palette noch Bereiche, die zukünftig noch mehr besetzt werden könnten?

Ja, absolut. Unser Unternehmen hat sich in den letzten Jahren als Gesamtausrüster der Wäscherei etabliert, aber es gibt noch viele Bereiche, die in Zukunft weiter ausgebaut werden könnten. Insbesondere sehen wir die Automatisierung und Robotisierung als einen vielversprechenden Weg in ein neues Zeitalter des Textilservices. Die Einführung von Robotern in der Wäscherei-Industrie kann die Leistung und Effizienz erheblich steigern. Dies ist nicht nur ein Zeichen des Fortschritts, sondern auch eine Antwort auf die zunehmende Herausforderung im Bereich des Fachkräftemangels, mit denen die Wäscherei-Industrie konfrontiert ist. Die Nutzung von Robotern und Automatisierung wird daher in Zukunft eine Schlüsselrolle spielen, um die Wäscherei weiterzuentwickeln und den steigenden Anforderungen gerecht zu werden.

Wie sehen Sie mit Blick in die Zukunftskugel die Möglichkeiten der eingesetzten Energieträger?

In Zukunft wird eine vielfältige Mischung aus verschiedenen Energieträgern in den Wäschereien dominieren. Neben dem bereits etablierten Erdgas, Flüssiggas und Heizöl werden erneuerbare Energiequellen wie Solarenergie an Bedeutung gewinnen. Zudem wird die effiziente Nutzung von Energie durch Wärmerückgewinnung und energie-

effiziente Maschinen eine entscheidende Rolle spielen. Die Energieträger werden dabei von verschiedenen Faktoren wie regionale Verfügbarkeit, Wirtschaftlichkeit und Umweltauswirkungen abhängig sein. Es ist jedoch absehbar, dass ein verstärkter Fokus auf nachhaltigen und erneuerbaren Energien liegen wird. Wir haben verschiedene Konzepte entwickelt, die eine Nutzung sämtlicher Energieträger erlauben.

Zentrale Aspekte vieler Unternehmen liegen seit vielen Jahren im Bereich der Nachhaltigkeit. Wie sehen Sie diese Begrifflichkeit für Ihr Haus?

Der Begriff Nachhaltigkeit ist für uns von essenzieller Bedeutung. Für uns ist Nachhaltigkeit nicht nur eine Verpflichtung, sie ist vielmehr der grundlegende Ansatz, der nicht nur unsere gegenwärtigen Entscheidungen, sondern auch unseren langfristigen Unternehmenserfolg maßgeblich gestaltet. Indem wir unseren Kunden dabei helfen, nachhaltiger zu werden, können auch wir unseren Beitrag dazu leisten, den Ressourcenbedarf der Textildienstleistungsbranche zu verringern. Möglich macht das der Einsatz neuer Technologien in unserer Entwicklung. Die Einbettung von Nachhaltigkeitsprinzipien in all unsere Geschäftsentscheidungen erlaubt es uns nicht nur, Ressourcen zu minimieren, sondern auch langfristig wettbewerbsfähig und zukunftssicher zu bleiben. Unsere Rolle als Zulieferer für die Wäschereibranche birgt auch die Möglichkeit, die Wäscherei-



Luftbild der Unternehmenszentrale in Vlotho (NRW).



Tina Kannegiesser: „Durch kontinuierliche Fortschritte und kreative Lösungen kann die Branche ihre Wettbewerbsfähigkeit stärken und gleichzeitig einen positiven Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten.“

branche in Richtung Nachhaltigkeit zu gestalten. Deshalb legen wir besonders Wert darauf, Maschinen zu entwickeln und zu produzieren, die nicht nur technologisch fortschrittlich sind, sondern auch Rücksicht auf Ressourcenknappheit und ökologische Belange nehmen. Allerdings beschränkt sich unser Nachhaltigkeitsverständnis nicht nur auf die technologische Seite. Es schließt auch soziale Verantwortung ein. Indem wir qualitativ hochwertige Arbeitsplätze schaffen und faire Arbeitsbedingungen fördern, tragen wir dazu bei, dass Menschen sauber, gesund und sicher leben.

Wo sehen Sie die größte Herausforderung der Zukunft?

Wir stehen vor verschiedenen Herausforderungen, denen wir uns stellen müssen. Eine der zentralen Herausforderungen ist die stetige Weiterentwicklung und Anpassungen an die sich verändernden Bedürfnisse und Anforderungen unserer Kunden. Die Wäscherei-Industrie unterliegt einem dynamischen Wandel, der von technologischen Fortschritten, sich ändernden Umweltstandards und sich entwickelnden Markttrends geprägt ist. Wir müssen daher kontinuierlich innovative Lösungen entwickeln und unsere Produkte und Dienstleistungen entsprechend anpassen, um wettbewerbsfähig zu bleiben.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Digitalisierung. Die fortschreitende Digitalisierung hat Auswirkungen auf alle Bereiche unseres Unternehmens, sei es in der Produktion, im Vertrieb oder im Kundenservice. Wir müssen in der Lage sein, neue Technologien zu nutzen und digitale Lösungen zu implementieren, um effizienter zu arbeiten und unseren Kunden einen Mehrwert zu bieten.

Nicht zuletzt sind auch die globalen politischen und wirtschaftlichen Entwicklungen eine Herausforderung für uns. Handelseinschränkungen, geopolitische Unsicherheiten und wirtschaftliche Schwankungen können sich auf unsere Geschäftstätigkeit und unsere internationalen Märkte auswirken.

Wir sind zuversichtlich, diese Herausforderungen mit unserem engagierten Team erfolgreich zu meistern.

Als Jubiläumsgeschenk dürfen Sie sich von der Branche etwas wünschen. Was wäre dies?

Ein Wunsch für die Wäschereibranche wäre, dass sie ihre Innovationskraft nutzt, um zukunftsweisende Technologien zu entwickeln und zu implementieren. Diese Innovationen könnten die Effizienz steigern, den Ressourcenverbrauch reduzieren und die Qualität verbessern. Durch kontinuierliche Fortschritte und kreative Lösungen kann die Branche ihre Wettbewerbsfähigkeit stärken und gleichzeitig einen positiven Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten.

Branche und Absatzmärkte sind eine Seite, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die andere. Deutschlandweit sind dies zurzeit über 1.400. Ein Satz an die Mitarbeitenden zum Jubiläum...

Ich möchte mich bei unseren Mitarbeitern für Ihr unermüdliches Engagement bedanken – die Voraussetzung für unseren gemeinsamen Erfolg.

Und ich bedanke mich für dieses ausführliche Gespräch.

Peter Schmid
www.kannegiesser.com

35 THERMOTEX **TF**

KENNZEICHNUNG UND EMBLEME

WIR SIND DABEI!
Halle 15 | Stand C 60

A+4
24. - 27. OKTOBER 2023
DÜSSELDORF, GERMANY

COFFEE SHOP
FTC-EMBLEME
TEX-EMBLEME
MULTICOLOR-EMBLEME

Trans Press 20

NEU Entdecken Sie unsere wasserbasierten Transfers - die umweltbewusste Lösung für nachhaltige Drucke!

info@thermo-tex.de | www.thermo-tex.de

f in @