Wäschereiverbund setzt auf Markenbekenntnis

23.10.2019, 12:38 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *Servitex GmbH*
Presseagentur: *l&t communications - PR for lifestyle & travel*



Servitex-Kampagne. Foto: Servitex GmbH.

Die Servitex GmbH gestaltet sich neu: Nach einer Überarbeitung des Firmenlogos folgte eine neue Website sowie die Neuaufstellung der eigenen Marke.

Nicht nur große Weltkonzerne können eine unverwechselbare Identität schaffen, um von potentiellen Kunden als Marke erkannt zu werden. Auch kleinere oder mittelständische Unternehmen sollten die Chance ergreifen, eine unverwechselbare Identität zu schaffen, damit sie vom Kunden ebenfalls als Marke wahrgenommen werden. Servitex (http://www.servitex.de) ging diesen Weg, ohne dabei tief in die Tasche zu greifen.

Servitex-Geschäftsführer Rolf Slickers war überzeugt davon, dass es mehr auf gute Ideen ankommt, als auf ein großes Budget: "Wir vereinen Hotel- und Wäschereikompetenz. Somit sprechen wir die Sprache der Hoteliers. Neben dem Angebot von maßgeschneiderten Lösungen wirtschaften wir im Sinne unserer Kunden nachhaltig, da wir uns einem ökologisch korrekten Handeln verpflichtet fühlen. Wir sind als mittelständische Unternehmer nah am Kunden und setzen auf langjährige, bzw. auf Vertrauen basierende Beziehungen. Kurze Kommunikationswege, direkte Betreuung und Premiumqualität: Das bedeutet objektbezogene, hochwertige Textilien, erstklassige Qualität und Service inklusive 24/7-Erreichbarkeit und Zuverlässigkeit in Bezug auf Hygiene und Belieferungssicherheit. Genau das macht unser Markenbekenntnis aus. Die genannten Punkte waren somit die ideale Grundlage für eine Neuaufstellung unserer Marke."

Der Wäschereiverbund setzte sich zunächst mit Fragestellungen auseinander, wie worin genau die Leistung der einzelnen Wäschereien besteht, was die Familienbetriebe jeweils besonders gut machen, worin das besondere Nutzenversprechen gegenüber dem Kunden liegt, welche Zielgruppe angesprochen werden soll, welche Werte für die Marke stehen, welches Gefühl die Marke auslösen soll und wie man in einem Satz die Kernidee des Unternehmens beschreiben kann.

"Das war zunächst eine Menge Arbeit. Nach einer gründlichen Bestandsaufnahme und einem ausführlichen Briefing mit der Agentur sind wir mit deren Vorschlägen und unserer konstruktiven Kritik in den Ring gestiegen. Wir sind aber fest davon überzeugt, dass es ohne professionelle Hilfe einer Agentur nicht funktioniert", ergänzt Rolf Slickers.

Darüber hinaus ist es obligatorisch, das Markenversprechen anschließend auch einzuhalten. Somit ist bei dem Aufbau und Erhalt einer starken Marke ein langfristiges Qualitätsmanagement gefragt. Daher plant Servitex zukünftig weitere Maßnahmen zur Markenstärkung. Rolf Slickers hat hier noch einiges vor: "Wir wollen einen wissenschaftlichen Beirat einberufen, der mit Experten aus den Gebieten Nachhaltigkeit und Digitalisierung, der Hotellerie- und Wäschereibranche besetzt ist und uns bei den wichtigsten Weichenstellungen berät".

Außerdem ist die Gründung einer "Servitex Academy" geplant. Dabei hat sich die Servitex GmbH (http://www.servitex.de) zum Ziel gesetzt, das Ausbildungsniveau der Mitarbeiter der einzelnen Wäschereien zu stärken und anzugleichen, aber auch Kunden in der Hotellerie durch Seminare und Onlinetrainings einen Wissenstransfer zu ermöglichen.

Der Verbund textiler Dienstleister ist auf die Hotellerie spezialisiert und bietet seine Dienstleistungen in der gesamten D/A/CH-Region an. Bereits über 1.000 Hoteliers vertrauen den privatgeführten Wäschereibetrieben.

Pressekontakt:

l&t communications - PR for lifestyle & travel
Herr Wolf-Thomas Karl
Obere Bahnhofstrasse 25
83457 Bayerisch Gmain

fon ..: +49 (0)178 18 44 946
web ..: http://www.lt-communications.com
email : tk@lt-communications.com

Portrait

Die Servitex GmbH ist ein Verbund mittelständischer Dienstleister der sich auf den Bereich Mietwäsche und Textilpflege in der Hotellerie spezialisiert hat. Momentan besteht der Servitex-Verbund aus fünf Wäschereien. Unter Beachtung ökologischer Standards und konsequentem Umweltschutz übernimmt Servitex für den Kunden das gesamte Textilmanagement, vom Einkauf und Pflege bis hin zur Logistik. Das Portfolio des Unternehmens umfasst Frotteewäsche, Bettwäsche, Tischwäsche und Berufsbekleidung in unterschiedlicher Ausführung. Geschäftsführer ist Rolf Slickers.

www.servitex.de

News-ID: 1065178 • Views: 420 (Stand: 02.11.2026)

Link zur Pressemitteilung:
https://www.openpr.de/news/1065178/Waeschereiverbund-setzt-auf-Markenbekenntnis.html