



MEWA

TEXTIL-MANAGEMENT

„VERANTWORTLICH HANDELN KANN NUR, WER SICH SEINER VERANTWORTUNG BEWUSST IST.“

MARKT

MEWA versorgt von 44 Standorten aus, darunter drei in Österreich, europaweit Unternehmen mit Berufs- und Schutzkleidung, Putztüchern, Ölauffang- und Fußmatten sowie Teilereinigern im Full-Service. Ergänzend dazu können per Katalog Artikel für Arbeitsschutz unter der Marke „World Wide Work by MEWA“ bestellt werden. Etwa 5.200 Mitarbeiter betreuen rund 180.000 Kunden aus Industrie, Handel, Handwerk und Gastronomie. 2016 erzielte die MEWA Gruppe einen Umsatz von 638 Millionen Euro. Die MEWA Textil-Service GmbH mit Sitz in Schwechat-Rannersdorf verzeichnete 2016 einen Umsatz von 36,4 Millionen Euro.

GESCHICHTE

1908 gründete der Kaufmann Hermann Gebauer die „Mechanische Weberei Altstadt GmbH“ in Ostritz-Altstadt bei Cörlitz, Sachsen, mit 20 Mitarbeitern. MEWA produzierte Putztücher für die Reinigung von Maschinen und Anlagen. „Textilien weben, dann waschen und bei Verschleiß ersetzen“ lautete das Servicekonzept des jungen Unternehmens. Der Gedanke war für die damalige Zeit visionär und kam genau zur richtigen Zeit. Noch im Gründungsjahr konnte Hermann Gebauer seinen ersten Großkunden ins Auftragsbuch eintragen: die Königlich Sächsische Staatseisenbahnen, das größte Unternehmen in Sachsen. Bereits 1909 mussten die Betriebsgebäude ausgebaut werden. Anfang der 20er-Jahre liest sich das MEWA-Auftragsbuch wie



das „Who's Who“ der deutschen Wirtschaft. Neben der Reichsbahn stehen Namen wie Siemens, AEG, Bayer, Henschel oder Leuna-Werke auf der Kundenliste. Mit dem gleichen Pioniergeist, der zum Erfolg des wieder verwendbaren Putztuchs geführt hatte, wandte sich MEWA in den 60er-Jahren neuen Herausforderungen zu und expandier-

te – auch in europäischen Nachbarländern. Mit der neuen Sparte „Berufskleidung im Servicepaket“ warteten weitere herausfordernde Aufgaben. Auch mit dieser Geschäftsidee gehörte MEWA bald zu den Leaders. Genauso viel Handlungsbedarf gab es bei der Schutzkleidung. Man schützte sich damals in den Betrieben, so gut es eben ging. Von einheitlichen Standards war noch keine Rede. Das änderte sich in den 90er-Jahren. Neue Zielgruppen wurden erschlossen, die Entwicklung hochspezialisierter Schutzkleidung wurde forciert. Neue Gewebe und Fasern ermöglichten branchenbezogene Lösungen, die durch Funktionalität, Komfort und Design überzeugen.

PRODUKT UND INNOVATION

MEWA ist marktführend im Segment Textil-Management für Unternehmen aus Industrie, Handwerk, Handel und Gewerbe. Der Service umfasst das Bereitstellen, Bringen, Holen und Pflegen der Textilien sowie das Instandhalten und Ersetzen bei Verschleiß. Zu den Produktbereichen von MEWA zählen Berufskleidung, Putztücher, Ölauffang- und Fußmatten, Teilereiniger und Handtuchrollen.



Zusätzlich bietet MEWA Artikel für Arbeitsschutz unter der Marke „World Wide Work by MEWA“ an. Gute und immer neue Ideen sind ein fester Bestandteil der MEWA-Unternehmensgeschichte und -Firmenphilosophie. Zum einen entwickelt das Unternehmen ständig neue und zukunftsorientierte Prozesstechniken, bei denen der Umweltschutz im Vordergrund steht. Zum anderen optimiert MEWA kontinuierlich Produkte und Dienstleistungen, um den Ansprüchen und Erwartungen der Kunden gerecht zu werden. Im Bereich Berufs- und Schutzkleidung brachte MEWA z. B. kürzlich die Linie „MEWA DYNAMIC“ und die dazu passende Version als Schutzkleidung „MEWA DYNAMIC Allround“ auf den Markt. Damit gehört MEWA zu den ersten Unternehmen der Branche, die eine industriell waschbare Berufskleidung anbieten, die alle praxisrelevanten Aspekte vereint: hohe Funktionalität, als Schutzkleidung mit mehreren Schutzfunktionen ausgerüstet, außerordentlich hohe Bewegungsfreiheit für den Träger und – nicht zuletzt – einem sehr modernen Look.

ERRUNGENSCHAFTEN UND ERFOLGE

Im November 2013 kam MEWA unter die Top 3 des Deutschen Nachhaltigkeitspreises in der Kategorie „Deutschlands nachhaltigste Produkte / Dienstleistungen“. 2016 wurde das Unternehmen vom Verlag Deutsche Standards zum dritten Mal als „Marke des Jahrhunderts“ und 2015 zum zweiten Mal als „Weltmarktführer“ ausgezeichnet. Beim Austria's Leading Companies Award 2016 erzielte MEWA in der Kategorie „Goldener Mittelbau“ in Niederösterreich den ersten Platz.

MARKETING UND UNTERNEHMENSIDENTITÄT

Im Mittelpunkt der Kampagne „Wir managen das“ steht die Dienstleistung. Die Kampagne bringt genau auf den Punkt, „wie“ MEWA Kunden in Bezug auf Betriebstextilien entlastet. Nämlich umfassend: MEWA kleidet Mitarbeiter ein, wäscht Putztücher, holt Schmutziges ab und liefert Sauberes aus, MEWA kümmert sich um umweltrechtliche Auflagen, sorgt für Sicherheit, übernimmt Verantwortung und vie-

les mehr. Die Botschaft an den Kunden lautet: „Wir managen das.“ Die eindeutige Bildsprache der Anzeigenkampagne zeigt Menschen in realen Umgebungen. Die Bildwelten sind emotional, modern und nah an der Zielgruppe. So werden konkrete Arbeitssituationen gezeigt, etwa die eines Kfz-Mechanikers an der offenen Motorhaube. Daneben der Schriftzug: „Das nächste saubere Putztuch ist nur einen Handgriff entfernt.“ Dabei übernahm das neue Design bekannte Markenelemente und entwickelte sie weiter.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Selbstverpflichtung prägt das Handeln von MEWA. Dazu gehören der Verhaltenskodex und die Prinzipien des UN Global Compact. Die im Verhaltenskodex beschriebenen ethischen Leitlinien beruhen insbesondere auf den Grundsätzen des UN Global Compact, den ILO-Konventionen, auf der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen, auf der UN-Konvention über die Rechte des Kindes und zur Beseitigung jeder Form der Diskriminierung von Frauen sowie auf den OECD-Richtlinien für internationale Unternehmen. MEWA hat sich durch die Mitgliedschaft in den Branchenverbänden WIRTEX und ETSA verpflichtet, die zehn Prinzipien des UN Global Compact aus den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung einzuhalten.

Im ökologischen Bereich zeichnet sich MEWA durch eine ressourcenorientierte Unternehmenspolitik, ressourceneffiziente Prozesse und stetige Investitionen in modernste Maschinen, Anlagen und Prozesstechnik aus. So kam MEWA 2013 unter die Top 3 des Deutschen Nachhaltigkeitspreises in der Kategorie „Deutschlands nachhaltigste Produkte / Dienstleistungen“.

Im Fokus des gesellschaftlichen Engagements von MEWA steht die Zielgruppe „Kinder und Jugendliche“. Hier unterstützt MEWA an den Standorten der Unternehmensgruppe regional gemeinnützige Projekte und Vereine durch Geld- und Sachspenden. Dazu gehören neben dem Deutschen Kinderschutzbund auch Schulen, Sportvereine sowie Kinder- und Jugendinitiativen.



**STEFAN JANZEN UND
BERND FEKETEÖLDI**

GESCHÄFTSFÜHRUNG DER
MEWA TEXTIL-SERVICE GMBH, ÖSTERREICH

„Wir überlassen Qualität nicht dem Zufall, sondern setzen sie konsequent um. Tag für Tag. In allen Bereichen: von der Produktentwicklung bis zum Kundenservice.“

WAS SIE NOCH NICHT WUSSTEN ...

- MEWA HAT IN EUROPA 44 STANDORTE UND BESCHÄFTIGT 5.200 MITARBEITER AUS 26 NATIONEN.
- INSGESAMT WERDEN 180.000 KUNDEN IN 23 LÄNDERN VON MEWA MIT PUTZTÜCHERN, BERUFSKLEIDUNG, ÖLAUFFANG- UND FUSSMATTEN SOWIE HANDTUCHROLLEN VERSORGT.
- MEHR ALS EINE MILLION MENSCHEN GEHEN IN MEWA-KLEIDUNG ZUR ARBEIT.
- 2,6 MILLIONEN MENSCHEN SÄUBERN MASCHINEN UND ANLAGEN IN WERKSTATT UND PRODUKTION MIT MEWA-TÜCHERN.
- EIN MEWA-PUTZTUCH KANN BIS ZU 50-MAL BENUTZT, GEWASCHEN UND WIEDERVERWENDET WERDEN.
- MEWA ENTWICKELTE UMWELTECHNISCHE PROZESSE FÜR DIE WIEDERVERWENDUNG VON ÖLEN UND FETTEN, DIE IN DEN BENUTZTEN TÜCHERN ENTHALTEN SIND: SIE WERDEN FÜR DAS BEHEIZEN DER WASCH- UND TROCKNERSTRASSEN EINGESETZT UND REDUZIEREN DEN VERBRAUCH AN PRIMÄRENERGIE.
- BAUMWOLLFLUSEN, DIE BEIM WEBEN DER TÜCHER ANFALLEN, WIRFT MEWA NICHT WEG. SIE WERDEN GESAMMELT. JÄHRLICH KOMMEN DABEI RUND 72 TONNEN FLUSEN ZUSAMMEN, DIE ALS DÄMMATERIAL, BEISPIELSWEISE IN DER AUTOMOBILINDUSTRIE, VERWENDUNG FINDEN.

