

Bluefin aus Porto, Portugal

Maschenbekleidung speziell für den Textilservice

Der portugiesische Anbieter von Workwear und PSA auf Maschenbasis, Bluefin, hat ein Entwicklungs- und Produktionskonzept aufgebaut, welches sich erheblich von marktüblichen Anbietern unterscheidet. Im Zentrum stehen die industrielle Waschbarkeit und die lange Lebensdauer der Maschenprodukte für den Textilservice. Bluefin will seine Position in Deutschland verstärken. Wir trafen den Inhaber José Maia zum Gespräch.

WRP: Herr Maia, wir haben gesehen, dass Sie sich bei verschiedenen Veranstaltungen der Textilservicebranche persönlich über den deutschen Markt informiert haben. Warum?

José Maia: Wir möchten im deutschsprachigen Markt wachsen. Dafür wollen wir ihn besser kennenlernen, und das geht am besten in der persönlichen Begegnung mit wichtigen Unternehmen und Branchenkennern. Unser Produkt ist speziell. Wir müssen deshalb die spezifischen Anforderungen des deutschsprachigen Marktes und die wichtigsten Akteure gut verstehen, und wir möchten die Besonderheiten unseres Angebots gut erklären.

WRP: Was ist speziell an Ihren Produkten?

José Maia: Kurz gesagt bieten wir Maschenware an, die den Bedingungen der Industrielwäsche standhält. Das Angebot an T-Shirts, Sweatshirts und Polos ist groß, aber in aller Regel kann es nicht industriell gewaschen werden. Bluefin Produkte dagegen halten 75 Grad Celsius in der Waschmaschine und 140 Grad Celsius im Tunnelfinisher aus. Sie sind entlang der Norm für die industrielle Wäsche ISO 15797 entwickelt.

WRP: Das ist wirklich besonders. Es hört sich fast wie die Quadratur des Kreises an. Bevor wir hier aber ins Detail gehen lassen Sie mich noch fragen, warum Sie das gerade im deutschen Markt verstärkt anbieten wollen. Der deutsche Textilservice gilt ja als ziemlich anspruchsvoll und der Wettbewerb als intensiv.

José Maia: Ja, das sehen wir auch so. Der deutschsprachige Markt hat Anforderungen und Standards,

die in vielen Ländern nicht so ausgeprägt sind. Er setzt strenge Maßstäbe, die wir in anderen Märkten auch finden, dort aber noch nicht so strikt umgesetzt werden.

Gleichzeitig ist es aber auch der größte Workwear-Markt in Europa. Deshalb lohnt es besonders, sich mit diesen Ansprüchen auseinanderzusetzen. Wenn wir in Deutschland unsere Marktdurchdringung erhöhen, dann sind wir auch bestens gerüstet, um in anderen Ländern stärker zu werden. Wir denken, dass wir die Anforderungen des deutschen Marktes bestens erfüllen.

Außerdem liegt mir Deutschland familiär nahe. Meine Mutter spricht deutsch. Wir sind viel in Deutschland gereist. Wir haben bereits bestehende Geschäftsbeziehungen mit deutschen Unternehmen.

WRP: Maschenware für den Textilservice erfordert ein sehr hohes Maß an textilen Kenntnissen und textiltechnischer Expertise. Ich habe dabei erfahrene Textiler vor Augen, die in Jahrzehnten leidvolle Erfahrungen mit den widerspenstigen Details textiler Produktion und textiler Märkte gemacht haben, aber eine gewisse Reife besitzen was geht und was nicht geht. Und nun habe ich einen jungen Mann vor mir, der mir mit unternehmerischer Frische bei dem schwierigen Thema Pflege von Maschenware sagt: ich weiß wie mein Produkt für die industrielle Wäsche funktioniert. Das ist schön zu sehen, aber untypisch für den deutschen Textilmarkt.

José Maia: Textilien begleiten mich seit meiner Kindheit und sie haben mich immer fasziniert. So gese-

„Wir betreiben eine umfassende Qualitätskontrolle für alle Produktions-schritte.“

hen habe ich seit vielen Jahren positive Erfahrungen in der Textilwirtschaft. Im Familienbetrieb, der seit mehreren Dekaden existiert, habe ich jede Gelegenheit genutzt, um beispielsweise während der Schulferien zu helfen, mitzumachen und dabei zu sein. Ich war umgeben von Web-, Strick-, Färberei- und Stickmaschinen, von Farben und Designs, hatte die Arbeiterinnen und Arbeiter um mich herum...es war faszinierend und hat mich soweit geprägt, dass ich heute weiter mit Freude in dieser Industrie arbeite.

WRP: *Und wie sind Sie dann auf Workwear gekommen?*

José Maia: In den Betrieben wurden teilweise Produkte für den Workwear-Markt gefertigt. Als wir vor sechs Jahren unser eigenes Geschäft angefangen haben, stand zunächst der Modemarkt im Fokus. Das war ein relativ leichter Start, weil die technischen Anforderungen geringer sind. Mit den gesammelten Kompetenzen und Erfahrungen die wir in den Bereichen des Spinnens, Webens und Färbens gesammelt haben, war der Weg für uns vorgezeichnet, um mehr technischer Produktion, die eine höhere Wertschöpfung erfordert, zuzuwenden. Dies können wir am besten in die Berufsbekleidung einbringen.

WRP: *Und warum haben Sie das Modegeschäft hinter sich gelassen und den Workwear-Markt als Spezialgebiet gewählt?*

José Maia: Wir sind weiter im Modemarkt tätig. Jedoch ist Maschenware ein Segment, welches in der Workwear in unseren Augen großes Potenzial hat. Berufsbekleidung wird lässiger, bequemer und modischer. Viele Träger von Berufsbekleidung ziehen ihre Arbeitsbekleidung sogar gern in der Freizeit an, wenn sie einen guten Style hat. Es ist ein Wachstumssegment. Allerdings treffen die T-Shirts, Polos und Sweatshirts die heute angeboten werden, nicht in ausreichendem Maß die Anforderungen der ISO 15797 für die industrielle Wäsche. Es besteht Unklarheit darüber, ob die Berufsbekleidung oder die Corporate Wear für diesen Prozess geeignet ist. Wir haben diesem Aspekt viel Aufmerksamkeit gewidmet und Lösungen erarbeitet, die eine höhere Lebensdauer erwarten lassen, die nachhaltig und kosteneffektiv sind. Dasselbe Konzept ist für die PSA unterlegt. Damit setzen wir uns von preiswerter Konkurrenz aus Billigproduktionen ab. Der Workwear-Markt mit seinen interessanten Mengen erlaubt es, eine hochwertigere Produktion für höhere technische Ansprüche aufzubauen.

WRP: *Moment bitte, Sie sagten gerade auch PSA, also Persönliche Schutzausrüstung?*

José Fernando Maia zur Person

José Fernando Maia ist geschäftsführender Inhaber der Firma Bluefin. Er ist 33 Jahre alt. José Maia studierte an der Universität Nottingham (UK) und hat einen Abschluss in Betriebswirtschaftslehre. Seine Hobbys sind Musik, Kochen, Fußball und Boxen. Als Vorbild nennt er seine Mutter.



José Maia: Ja, Persönliche Schutzausrüstung. Wir sind jetzt in der Lage, multifunktionelle Bekleidung anzubieten, die verschiedene Schutzfunktionen im selben Kleidungsstück vereinigt. Das ist hochinteressant, und wir sind auch etwas stolz darauf.

WRP: *Ehe wir bei der PSA tiefer gehen, sollten wir erst noch klären wie sie es anstellen, dass ihre Maschenprodukte mit den Anforderungen der industriellen Wäsche zurechtkommen. Was machen Sie anders?*

José Maia: Wir haben einen technischen Rahmen kreiert, der sich konsequent an der ISO 15797 orientiert. Damit endet die technische Entwicklung jedoch nicht. Die Herausforderung besteht darin, nicht allein deren Anforderungen zu erfüllen, sondern die technischen Möglichkeiten weiter zu entwickeln und zu verbessern, nicht zuletzt um die Produkte langlebiger und nachhaltiger zu gestalten.

WRP: *Das ist komplex und in Fernost unüblich. Wo produzieren Sie, und welche Produktionsstufen haben Sie im eigenen Haus?*

José Maia: Wir sitzen in Porto und die gesamte Wertschöpfungskette befindet sich in Nord-Portugal. Entscheidend ist, dass wir die Produktionsstufen im Griff haben und jeder Partner in der Wertschöpfungskette genau weiß, was er tut und wie er es macht. Wir verstehen uns mit unseren Partnern als ein unteilbares Kompetenzteam. Porto ist für den LKW nur zwei Tage von den Metropolen Europas entfernt. Hier zu produzieren ist für uns ein Wettbewerbsvorteil, hat also einen besonderen Wert für uns.

WRP: *Lassen Sie uns bitte mal einige besonders wichtige Wertschöpfungsstufen durchgehen, um besser zu verstehen wie das funktioniert.*

José Maia: Für uns hat es sich als ganz wesentlich herausgestellt, die geeigneten Garnvariationen mit →

„Wir bieten folgende Schutzfunktionen: Warnschutz, Störlichtbogen-schutz, Antistatik, Schnittschutz und flammhemmende Produkte.“



Andrea Rechtsteiner und José Fernando Maia. Andrea Rechtsteiner ist Ansprechpartnerin in Deutschland für das Bluefin-Sortiment.

„Unser Ansinnen ist es die Anforderungen der Ökologie und der Nachhaltigkeit so gut zu lösen, wie wir nur können.“

den Spinnereien zu entwickeln und genau zu spezifizieren. Zum größten Teil arbeiten wir mit 50/50 Baumwoll-Polyestermischungen (PES), aber wir haben auch Produkte aus 100 Prozent Baumwolle und andere Mischungen. Unsere Lieferanten kommen aus Portugal, aber auch aus den USA oder Indien. Wichtig ist, klar zu definieren welche Spezifikationen auf der Grundlage der jeweiligen Rohware erwünscht sind und den Prozess beständig zu überwachen.

WRP: *Und dann kommen alle Partien - sagen wir aus Indien - so gleichmäßig und spezifiziert wie Sie das wünschen?*

José Maia: Wir kaufen nur zweimal im Jahr große Lots und halten uns aus Spekulationen hinsichtlich der Beschaffungspreise weitgehend heraus. Wir setzen auf gleichmäßige Qualität und dem Einhalten sowie Überprüfen unserer Beschaffungskriterien.

WRP: *In der Maschenproduktion gibt es vermutlich auch noch Vorkehrungen, um die Qualität über dem Marktstandard zu halten?*

José Maia: Ja, in der Tat sind die Auswahl der Rohware und die besten Färbetechniken fundamentale Aspekte für diese Art von Produkten.

WRP: *Reduziert das den Aufwand für die Qualitätskontrolle?*

José Maia: Das ist nicht die Idee. Wir betreiben eine umfassende Qualitätskontrolle für alle Produktionsschritte. Wir betreiben eine permanente Kontrolle, um stets alle Parameter einzuhalten. Dies ist unsere Routine und ein stetig wiederkehrender Prozess.

WRP: *Verstanden. Bei Ihnen ist die ausgeprägte Qualitätskontrolle nicht vorgesehen, um sich Fehler in der Produktion erlauben zu können, sondern um die Qualitätsproduktion noch sicherer und kontrollierbarer zu machen.*

José Maia: Richtig und das ist uns sehr wichtig. Wir haben in allen Prozessstufen ein permanentes Monitoring. Das ist zwar ein besonderes Investment. Wir sind aber der Überzeugung, dass die Maschenproduktion für den Textilservice das braucht. Gerade der deutsche Markt verlangt ein hohes Maß an Konsistenz und vor allem Reproduzierbarkeit. Die Artikel sollen lange laufen und jedes Produkt soll eine lange Lebensdauer haben. Da können wir nicht mit einem gewöhnlich produzierten T-Shirt kommen.

WRP: *Für den Textilservice ist ein weiteres Kernproblem, wie viel Waschzyklen die Textilien aushalten und noch verwendet werden können. Wie sieht das bei Ihnen aus?*

José Maia: Ich denke wir haben dies zuvor bereits einmal angesprochen. Für unseren Kunden im Textilservice ist der entscheidende Faktor für die Profitabilität seines Geschäfts, dass die Bekleidung möglichst lange hält. Wir wollen sicherstellen, dass unsere Produkte für eine hohe Langlebigkeit ohne Qualitätsverlust stehen.

WRP: *Ohne jetzt nochmal die einzelnen Aspekte Ihrer Qualitätsproduktion auszuführen: Es ist deutlich, dass sie ungewöhnlich hohe Anstrengungen in der Technik unternehmen, um industriewäschegerechte Produkte zu fertigen. Herausheben sollten wir aber, dass sie hier einen umfassenden Verbesserungsansatz verfolgen, der die ganze Wertschöpfung umfasst. Viele Importeure wissen ja nicht einmal über ihre Garnquellen Bescheid. Seit wann betreiben sie dieses umfassende Konzept?*

José Maia: Wir sehen einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess als die Basis unseres Produktionssystems. Das machen wir schon seit einiger Zeit. Bei einem neuen Projekt denken wir immer wieder von der Faser bis zur industriellen Wäscherei.

WRP: *Bevor wir zu Ihren Kollektionen kommen: Können Sie uns ein Beispiel nennen, wo sich Ihr Ansatz im deutschen Markt bewährt hat?*

José Maia: Ohne zu sehr ins Detail zu gehen, möchten wir an dieser Stelle das namhafte Textilservice-Unternehmen ALSCO als Referenz nennen. Der Dienstleister hat von seiner Niederlassung in Leverkusen aus bereits etliche seiner Kunden mit unseren Produkten ausgestattet. Wir wollen nicht durch viele gute Beispiele glänzen, vielmehr denken wir, dass unsere Marke Bluefin für sich selbst sprechen soll.

WRP: *Nach all der Technik, wie strukturieren Sie das Marktangebot von Blue Fin?*

José Maia: Es sind vier Teile, (1) das Standardsortiment als Basis, (2) das auf Kundenwünsche bezogene Sortiment (3) Projekte für Corporate Wear, nicht allein für Wäschereien, sondern ebenso für kleinere Unternehmen von Endkunden, die keine konventionelle Bekleidung wollen. (4) das PSA-Sortiment Multifunktionskleidung. Der Ausbau dieses Segments ist derzeit besonders spannend.

WRP: *Ich hatte verstanden, dass sie Kompetenz aus der Modeproduktion mitbringen. Aber Maschenware als PSA ist ja nochmal ein zusätzliches und anspruchsvolles Merkmal ihrer Firma.*

José Maia: Lassen Sie mich mit dem Standardprogramm und der Corporate Wear beginnen. Wir haben ein eigenes Designteam, welches die Produkte bezüglich der Konfektion in Schnitt, Farben und Mustern entwickelt. Aus dieser Kompetenz ergibt sich auch, dass wir Corporate Wear Projekte realisieren können, angefangen von eigenen Modellen über CI-Farben bis hin zu Logo- und Namensapplikationen in allen gängigen Technologien. Auch hier achten wir darauf, dass die Individualisierungen der industriellen Wäsche standhalten. Es gibt aber auch Corporate Wear Projekte, die nicht industriell gewaschen werden sollen.

Die Kollektion besteht im wesentlichen aus T-Shirts, Polo-Shirts und Sweatshirts. Die Materialien sind Polyester-/Baumwollmischungen und Baumwolle. Auch andere Materialmischungen haben wir bereits studiert und sind imstande, diese in die Praxis umzusetzen.

WRP: *Wie sieht es bei der Vielfalt der Schnitte und Farben aus?*

José Maia: Hier kommt uns der Trend sehr entgegen, denn Vielfalt und modischer Stil spielen eine zunehmende Rolle. Heute gibt es auch in unserer leichten Ware Damen- und Herrenschnitte. Unisex ist auf dem Rückzug. Und die Farbkombinationen werden vielfältiger, die Unternehmen wollen, dass

ihre Mitarbeiter gut aussehen. Dadurch werden Produktion und Beschaffung der Materialien komplexer. Das mögen wir.

WRP: *Und wie sieht das PSA-Sortiment aus? Welche Risiken werden mit PSA-Bekleidung von Bluefin reduziert?*

José Maia: Auch das ist ein Sortiment aus Maschenware. Wir bieten folgende Schutzfunktionen: Warnschutz, Störlichtbogenschutz, Antistatik, Schnittschutz und flammhemmende Produkte. Das sind die Angebote für einzelne Schutzfunktionen. Sie sind alle zertifiziert. Die Schutzeigenschaften sind im Material eingebettet und nicht im Badverfahren als Veredlungsschicht aufgetragen. Dadurch sind sie auch kompatibel mit der Industrielwäsche. Besonders stolz bin ich auf die multifunktionale PSA, die wir seit wenigen Monaten anbieten können.

WRP: *Wie sieht nun Ihre Marktdurchdringungsstrategie in Deutschland aus?*

José Maia: Wir haben uns mit Bluefin konzeptionell auf den Textilservice als Kundengruppe fokussiert. Damit haben wir uns für einen langfristigen Ansatz entschieden, denn der Textilservice fällt sehr viel grundsätzlichere Einkaufsentscheidungen als der Modehandel. Nichts geht beispielsweise ohne Waschtests.

Wichtig ist für uns, dass wir einen Vertriebspartner gefunden haben, der den Textilservice kennt und entsprechende Erfahrungen sowie Kontakte hat. Das ist auch deshalb von Bedeutung, weil der Textilservice gerade in der Anfangsphase eine intensive Betreuung verlangt. Dabei geht es auch um technische Kommunikation und Beratung. Der Vertriebsprozess mit dem Textilservice erfordert eine umfangreiche, persönliche Kundenbetreuung und -beratung. Das können wir aus Portugal heraus nicht leisten. Außerdem respektieren wir die unterschiedlichen Kulturen und Arbeitsweisen in den Exportländern. Den gesuchten Partner haben wir mit der Firma RECHTSTEINER, also mit Andrea Rechtsteiner und ihrem Team gefunden.

WRP: *Beim Textilservice geht es ja auch häufig um Corporate Wear Projekte, die viel Entwicklungsaufwand benötigen.*

José Maia: Korrekt. Und da haben wir mit RECHTSTEINER sicher genau das richtige Team und die passende Kompetenz. Es leistet sowohl technische Unterstützung wie auch die Entwicklung von →

„Uns geht es mehr um die Realisierung von nachhaltigen Geschäften und Kundenbeziehungen, als um möglichst schnelle finanzielle Erfolge.“

Corporate Wear Projekten. Und das Team steht im permanenten Kontakt mit den Kunden.

WRP: *Solch einen langfristig angesetzten Vertriebsansatz für den Textilservice können Sie sich bei all den Investitionen leisten? Müssen da nicht schnelle Erfolge her und eine zügige Amortisation?*

José Maia: Wir sind ein Familienunternehmen und das ermöglicht es uns, einen längeren Atem zu haben als es bei Kapitalgesellschaften mit familienfremden Managern oft der Fall ist. Trotzdem wollen und sollen auch wir vernünftig vorankommen. Aber uns geht es mehr um die Realisierung von nachhaltigen Geschäften und Kundenbeziehungen als um möglichst schnelle finanzielle Erfolge.

WRP: *Wie groß ist Bluefin? Wie ist die Durchhaltekraft des Unternehmens einzuschätzen?*

José Maia: Bluefin hat eine starke Basis in der Familie. Unsere Wertschöpfungskette hat 2015 für etwa 5 Millionen Euro in den deutschsprachigen Markt exportiert.

WRP: *Wie sieht denn der Lieferservice aus? Haben Sie ein Lager für schnelle Lieferungen in Deutschland?*

José Maia: Unser Lieferservice bewegt sich im Rahmen der an uns herangetragenen Erwartungen. Für

neue Aufträge, für die keine Rohware im Lager ist, benötigen wir etwa sechs Wochen. Für Aufträge, bei denen wir Rohware bevorratet haben, liegen wir bei zwei Wochen. Unter anderem für die Sicherung des Lieferservice haben wir ein Planungssystem, welches alle Stufen der Wertschöpfungskette umschließt. Jeder Auftrag wird in einen Netzplan mit Terminen eingespeist. Jede Produktionsstufe meldet, wenn sie fertig ist oder wenn Probleme auftauchen. Dadurch haben wir die Verantwortung für die zeitgerechte und komplette Lieferung in der Wertschöpfungskette transparent gemacht und jedem seine Verantwortung für die Einhaltung der Termine klar zugeordnet. Spezifische Erfordernisse und Aufgaben können dadurch besser zugeordnet und transparent gemacht werden.

Ein Lager haben wir derzeit in Deutschland noch nicht, aber bei entsprechender Geschäftsentwicklung wird das sicher notwendig.

WRP: *Lassen Sie uns abschließend noch über Nachhaltigkeit als Leitwert in Ihrem Geschäft sprechen. Was wird da von Bluefin unternommen.*

José Maia: Ich sagte ja schon, dass wir mit Laboren an der Entwicklung nachhaltiger Farben und Färbeprozesse arbeiten. Darüber hinaus haben wir eine Reihe von Aktionen und Vorrichtungen zum Beispiel hinsichtlich des Wasserverbrauchs, welche eine nachhaltige Nutzung der Ressourcen zum Ziel haben.

Ich möchte aber für unser Geschäft und den Textilservice den Begriff Nachhaltigkeit präzisieren. Für den Textilservice und für uns ist die lange Lebensdauer der Produkte ein hoher Wert und ein Zeichen von verantwortungsvollem, nachhaltigem Umgang mit Ressourcen. Die Nachhaltigkeitsdiskussion orientiert sich häufig aber anders. Da steht im Zentrum die ökologisch-soziale Produktionsweise der Materialien wie zum Beispiel der Baumwolle. Die Dauer der Nutzung spielt da keine große Rolle.

Unser Ansinnen ist es – und das haben wir ständig in unserem Bewusstsein präsent – die Anforderungen der Ökologie und der Nachhaltigkeit so gut zu lösen, wie wir nur können. Dieser Grundgedanke durchzieht unsere Endprodukte und Lösungen.

Nicht unerwähnt lassen möchte ich jedoch, dass unsere Produkte nach Ökotex 100 zertifiziert sind.

WRP: *Herr Maia, vielen Dank für das Gespräch.*

Bluefin

Firmenname: Bluefin AS
Gesellschaftsform: Ltd
Gegründet: 2010

Firmensitz:

Rua Tenente Valadim 83
4100-479 Porto, Portugal
Tel.: 0351 934810898
info@bluefinas.com
www.bluefinas.com

Kontakt in D-A-CH:

RECHTSTEINER
Poller Kirchweg 78-90
51105 Köln
Tel.: 0049 221 89067663
info@andrea-rechtsteiner.de
www.andrea-rechtsteiner.de



Umsatz in der Wertschöpfungskette (Supply Chain Turnover) in Deutschland (2015):

circa 5 Millionen Euro

Portfolio, Produkte: Berufsbekleidung, Corporate Wear und Persönlicher Schutzausrüstung (PSA) auf Maschenwarebasis

Kundenstruktur: Textilservice and weitere (Industrie, Einzelhandel (Retail)).