

difference

DAS KÄRCHER MAGAZIN

01 | 2021

VON KLEIN AUF BENZIN IM BLUT

Eine Frau mit
WOW-Faktor

KUNSTSTOFF IM WANDEL DER ZEIT

Beliebt, verbreitet,
verstoßen?

DESIGN MACHT DEN UNTERSCHIED

Das Nutzererlebnis
immer im Blick





» 01 | 2021

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

in dieser Ausgabe unseres Kundenmagazins wollen wir insbesondere diejenigen in den Mittelpunkt stellen, die jeden Tag für Sie ihr Bestes geben.

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind einer unserer wichtigsten Erfolgsfaktoren. Mit ihrem Innovationsgeist entwickeln sie hochmoderne Lösungen wie die bedarfsorientierte Reinigung mittels Sensorik und künstlicher Intelligenz. Mit ihrer Erfahrung erhalten wir kulturelle Werte wie die berühmte Hufeisentreppe am Schloss Fontainebleau und tragen zur Verbesserung der Lebensqualität von Menschen weltweit bei – wie in Kolumbien, wo eine Grünfilteranlage das Abwasser im Fischerdorf Bocas del Carare reinigt.

In unserer Titelseite erfahren Sie, wie unsere Mitarbeiterin Vanessa Helpert nicht nur am Arbeitsplatz, sondern auch beim Motocrossfahren die Unternehmenswerte Spitzenleistung und Disziplin lebt und bei der Reinigung ihres Motorrads auf Kärcher-Geräte vertraut. Apropos Vertrauen: Auf den neu gestalteten Produktseiten berichten unsere Mitarbeiter, weshalb sie den FC 7 Cordless und auch die neue Generation der Hochdruckreiniger wärmstens empfehlen.

Ich wünsche Ihnen viel Freude beim Lesen!
Mit besten Kärcher-Grüßen

Ihr Hartmut Jenner
Vorsitzender des Vorstands
Alfred Kärcher SE & Co. KG



06



12



28

04

WERTE ERHALTEN
Schloss Fontainebleau

06

**VON KLEIN AUF
BENZIN IM BLUT**
Eine Frau mit WOW-Faktor

12

**KUNSTSTOFF
IM WANDEL DER ZEIT**
Beliebt, verbreitet, verstoßen?

18

PRODUKTE
Aktuelle Highlights aus dem
Kärcher-Programm

24

**WENN SEIFENSPENDER
EINSÄTZE PLANEN**
Unnötiges vermeiden, Zettelwirtschaft
beseitigen – durch digitale Tools

28

**DESIGN MACHT
DEN UNTERSCHIED**
Das Nutzererlebnis immer im Blick

32

**ZU BESUCH IM DORF
DER HOFFNUNG**
Eine Grünfilteranlage in Kolumbien

35

IMPRESSUM

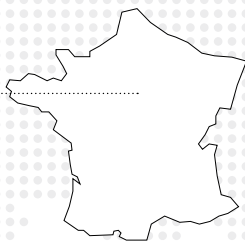
02
03

01 | 2021
difference



KÄRCHER hat im Rahmen seines Kultursponsoringprogramms seit 1980 weltweit über 140 Denkmäler restauratorisch gereinigt und jetzt auch die Hufeisentreppe des Schlosses Fontainebleau bei Paris.

FONTAINEBLEAU



1814

NAHM KAISER NAPOLEON BONAPARTE auf der Hufeisentreppe Abschied von seinen Truppen, nachdem er seine Abdankung unterschrieben hatte. Die Kombination aus verschiedenen, sehr sensiblen Materialien und jahrhundertealten Verschmutzungen machten eine sorgfältige Auswahl der Reinigungstechniken notwendig. Zum Einsatz kamen die Dampfstufe eines Heißwasser-Hochdruckreinigers, Dampfreiniger, das Niederdruck-Partikelstrahlen, ein Biozid und Nass-/Trockensauger.

A woman in motocross gear stands next to her green Kawasaki dirt bike on a dirt mound in a forest. The bike is a Kawasaki KX450F, featuring a green and black livery with various sponsor logos including Pirelli, Elf, and Bridgestone. The woman is wearing a black and green racing suit with 'Pirelli' and 'Kawasaki' logos. The background shows a dense forest of tall trees under a clear sky.

Eine Frau mit WOW-Faktor

VON KLEIN AUF BENZIN IM BLUT

Mit mehr als 50 PS kommt man äußerst sportlich durchs Gelände. Um aber mit der Motocrossmaschine wie Kärcher-Mitarbeiterin Vanessa Helpert über Hügel fliegen und Steilkurven meistern zu können, braucht es noch viel mehr: Voller Disziplin, Geschick und Ausdauer dreht die begeisterte Motorradfahrerin schon seit ihrem dritten Lebensjahr ihre Runden auf der Rennstrecke.



»MAN MUSS GEISTIG UND KÖRPERLICH IMMER ZU 100 PROZENT DA SEIN. JEDER MUSKEL IST AKTIV.«

VANESSA HELPERT



01 | 2021

difference



Seit Vanessa Helpert denken kann, ist Motocross ein Teil von ihr – da versteht es sich von selbst, dass sie die technischen Checks vor dem Start auch selbst übernimmt.

Manche Routinen gehen so in Fleisch und Blut über, dass man sie überhaupt nicht mehr wahrnimmt: im richtigen Moment Gas geben, abbremsen, voll beschleunigen, bloß nicht die Balance oder gar die Nerven verlieren ... Seit Vanessa Helpert denken kann, ist Motocross ein Teil von ihr. Am anstrengendsten, aber auch besonders spektakulär sind die Sprünge. „Man muss geistig und körperlich immer zu hundert Prozent da sein, jeder Muskel ist aktiv“, sagt die begeisterte Sportlerin.

Vanessa ist drei Jahre alt, als sie zum ersten Mal auf einem Motorrad sitzt. Während ihre Altersgenossen das Radfahren üben, fährt die gebürtige Esslingerin bereits regelmäßig Rennen. Mit sechs tritt sie beim Supercross in Stuttgart an – gegen acht Jungs, die teils zwei Jahre älter sind. Das Publikum in

der Hanns-Martin-Schleyer-Halle steht Kopf, als sie furchtlos die Kurven entlangjagt.

Richtig Gas geben

Vanessa ist fortan nicht mehr zu bremsen, die Meisterschaften mehren sich.

3

JAHRE

IST VANESSA ALT, ALS SIE ZUM ERSTEN MAL AUF EINEM MOTORRAD SITZT.

An zwei Tagen in der Woche kann sie während der Schulzeit trainieren. Ihre Runden dreht sie meist auf der Renn-

strecke in Rudersberg im Rems-Murr-Kreis, ihrer Leidenschaft geht sie aber auch auf anderen Strecken nach. Bis heute nutzt sie jede freie Minute für den Sport. „Ich habe einfach Benzin im Blut und bin total fasziniert von Fahrzeugen“, lacht sie.

Ihre Eltern erkennen früh, dass es für den sicheren Spaß auf der Rennpiste neben fahrerischem Können vor allem auch auf körperliche Fitness ankommt. Mit fünf Jahren steht deshalb zwei- bis dreimal wöchentlich Taekwondo für die junge Nachwuchsfahrerin auf dem Programm. Auch diesen Sport übt sie voller Ehrgeiz und Disziplin aus. Noch heute trainiert Vanessa regelmäßig. Seit 2020 darf sie sich über den schwarzen Gürtel freuen und hat damit den Meistergrad erlangt. „Manchmal ist es gar nicht so leicht, Beruf und Hobbys unter einen Hut zu bringen“, schildert sie.

Die Zeit für Motocross und Taekwondo wurde nach dem Abitur kontinuierlich knapper, denn es folgten Studium, diverse Praktika, ein Master in Kommunikationsmanagement und schließlich der Einstieg ins Berufsleben. Als sie 2018 bei Kärcher in der Abteilung Corporate Communications anfängt, fühlt sich das wie eine glückliche Fügung für sie an. „Schon während meiner Jugend habe ich voller Begeisterung meine Motorräder immer mit einem Hochdruckreiniger von Kärcher gereinigt.“

Sauber durchstarten

Eine Geländemaschine wird heftigen Bedingungen ausgesetzt und muss nach jeder Fahrt gründlich gereinigt werden. „Bei trockenen Verhältnissen hinterlassen Sand und Lehm ihre Spuren, je nach Bodenbeschaffenheit und Niederschlag geht es auch mal richtig durch den Matsch“, erklärt Vanessa,



5 FAKTEN ZU DEUTSCHLAND

- Die Bundesrepublik Deutschland hat eine Fläche von 357.582 km², Hauptstadt ist Berlin.
- Die Zugspitze ist mit 2.962 Metern der höchste und bekannteste Berg des Landes. Der Gipfel wird auch als „Dach Deutschlands“ bezeichnet.
- Seit der Wiedervereinigung 1990 hat die Bundesrepublik Deutschland 16 Bundesländer. Drei davon sind Stadtstaaten (Bremen, Hamburg, Berlin). Das flächenmäßig kleinste Bundesland ist Bremen, das größte Bayern.
- Während sich die meisten anderen Länder mit Weiß- und Toastbrot begnügen, stehen die Deutschen auf Brotvelfalt – circa 3.200 verschiedene Brote werden in Deutschland serviert.
- Auch beim Bier, dem beliebtesten alkoholischen Getränk des Landes, ist die Auswahl enorm: Es werden bis zu 6.000 Biere gebraut.



»NUR WENN MEIN MOTORRAD SAUBER IST, KANN ICH SICHERSTELLEN, DASS ALLES IN ORDNUNG IST.«

VANESSA HELPERT

.....
Gute Ideen für ihre Arbeit kommen Kommunikations-expertin Vanessa oft beim Joggen (rechts). Das Laufen hält sie zudem fit für ihre große Leidenschaft Motocross.



MUSKELKATER INKLUSIVE

Motocross gilt als eine der härtesten Sportarten der Welt. Auf Rennstrecken, die mit Bodenwellen, Steilkurven und Sprunghügeln gespickt sind, müssen die Fahrer vollen Körpereinsatz leisten, um ihr Motorrad unter Kontrolle zu halten. Jeder Muskel verbraucht Energie, und die Herzfrequenz erreicht ein höheres Niveau als bei vielen anderen Sportarten.

die die technischen Checks gerne auch selbst durchführt. „Nur wenn mein Motorrad sauber ist, kann ich sicherstellen, dass alles in Ordnung ist und ich lange Freude daran habe.“

Motocross-Rennstrecken sind gespickt mit Bodenwellen, Steilkurven, Sprunghügeln und Senken. Die Fahrer springen bis zu 30 Meter weit, auch in kurzen Abständen. Ein Rennlauf ist nach 20 oder 25 Minuten und zwei Runden beendet, bei Wettkämpfen geht es zweimal an den Start. Nicht umsonst gilt Motocross als eine der härtesten Sportarten der Welt. „Nach einem Renntag ist man völlig erschöpft, aber unglaublich zufrieden“, schildert sie. Besonders beansprucht werden Arme, Schultern und Beine. „Der Muskelkater ist hartnäckig, hält sich oft mehrere Tage“. Auch Rückenschmerzen gehören dazu. „Am wichtigsten ist der Spaß am

Sport“, ist die routinierte Rennfahrerin überzeugt. „Sonst hält man das Pensum nicht durch.“ Und weil das Risiko ständig mitfährt, werden auch Trainingsfahrten nur in voller Montur absolviert: mit Helm, Brille, Nackenschutz, Brustpanzer, Rückenprotektor, Knie- und Ellenbogenschonern, Handschuhen und Stiefeln.

Mit Rückendeckung zum Erfolg

Auch Rituale geben Halt. Manche schicken vor einem Lauf ein Stoßgebet zum Himmel oder haben ihren Talisman dabei. Vanessa braucht die Startnummer 7, „ihre“ Nummer. Und die Familie. Mit einem „High Five“ verabschiedet Vater Hans-Peter seine Tochter auf die Rennstrecke. So war es schon immer und so handhaben es die beiden bis heute. „Ohne Unterstützung der Familie, ohne Team kann man den Sport nicht ausüben“, betont Vanessa. Sie weiß,

dass es auch den Eltern viel abverlangt hat, ihre Motocrosskarriere im Laufe der Jahre zu begleiten und ihr Talent zu fördern. Nicht nur finanziell, sondern vor allem auch emotional.

30

METER WEIT
SPRINGEN DIE MOTOCROSSFAHRER -
AUCH IN KURZEN ABSTÄNDEN.

Motocross ist eine Männerdomäne. Lange ist Vanessa das einzige Mädchen auf der Bahn und startet mit den Jungs. Später misst sie sich auf nationaler und internationaler Ebene auch mit ande-

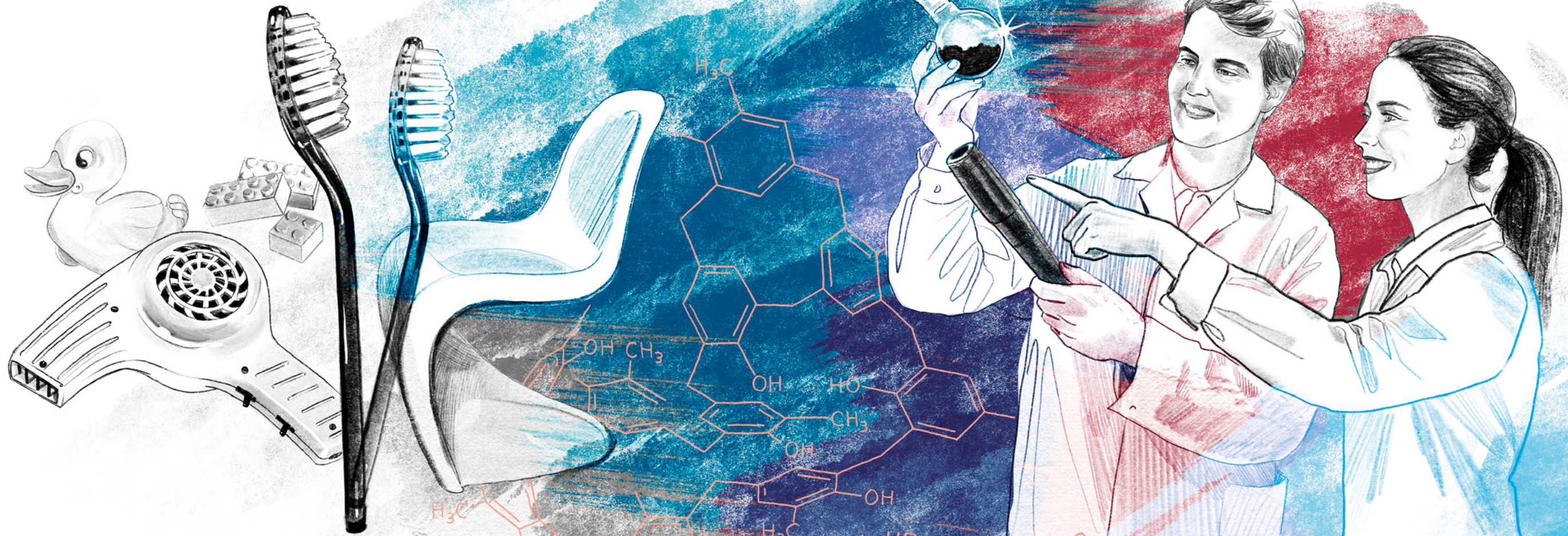
ren, teils älteren Fahrerinnen. 2019 wird sie Vizemeisterin im Baden-Württembergischen Motocross-Pokal der Ladies. Am liebsten geht sie aber nach wie vor mit den Männern an den Start. Vor jedem Rennen rast ihr Herz. Es schlägt neben den konkurrierenden Fahrern hinter dem Startgatter in Rekordtempo, wenn auf null gezählt wird – für Vanessa jedes Mal eine kleine Ewigkeit. Schließlich drehen die Motoren auf und das Adrenalin schießt in den Körper. Jetzt heißt es Gas geben und durchstarten ...

Vollgas gibt die Kommunikationsexpertin auch im Job. In der Kärcher-Firmenzentrale in Winnenden kann sie nicht nur crossmediale Inhalte für unterschiedlichste Medien erstellen und internationale Projekte steuern, sondern auch kreativ arbeiten. Wie beim Motocross muss sie auch hier immer flexibel bleiben und das Ziel im Auge behalten.

Ihren Anspruch, sich mit Spaß am Tun zu Topleistungen zu motivieren und auch mal über sich hinauszuwachsen, hat Vanessa dabei so verinnerlicht, dass sie sich auch bei Kärcher jeder Herausforderung voller Ehrgeiz stellt. ■



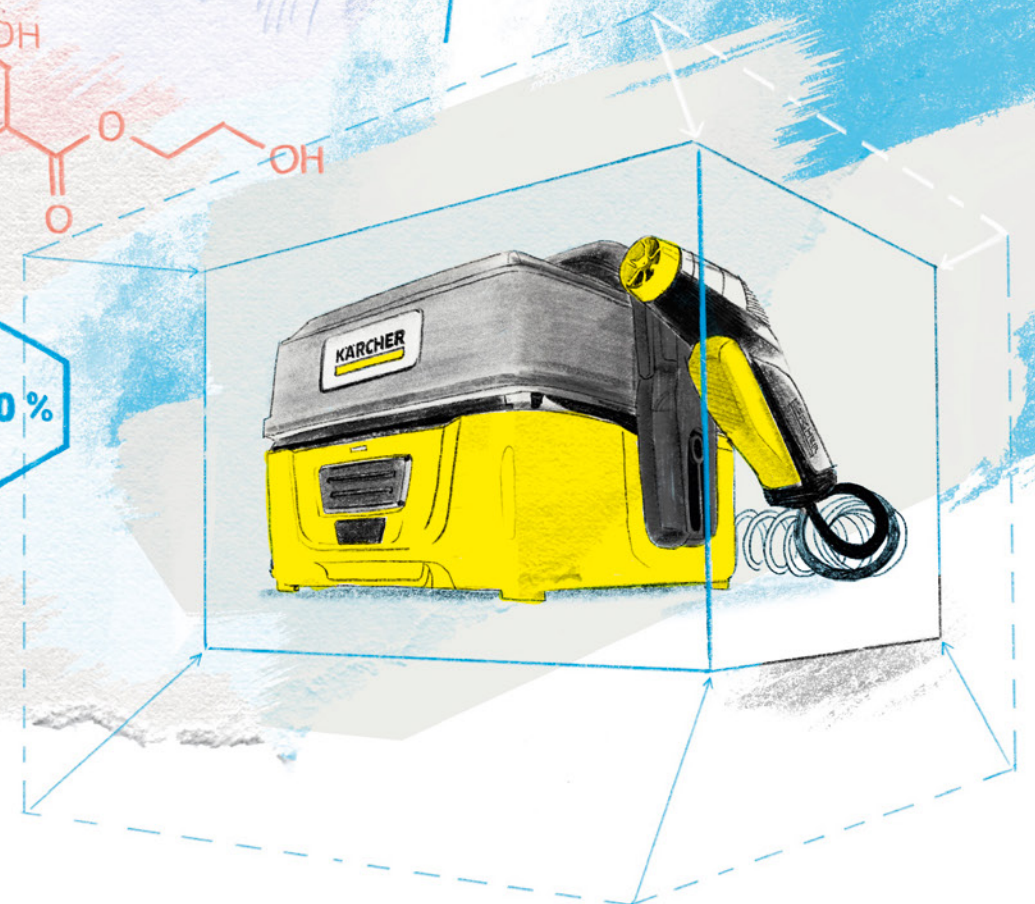
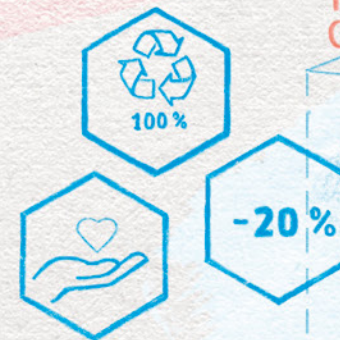
Begleiten Sie Motocrossfahrerin Vanessa Helpert auf die Rennstrecke: www.kaercher.com/difference



Beliebt, verbreitet, verstoßen?

KUNSTSTOFF IM WANDEL DER ZEIT

Plötzlich war alles aus Plastik, damals in den 1950er-Jahren. Das neue, vielseitige Material war günstig und ob seiner Langlebigkeit beliebt. Schon bald wurde klar, dass darin nicht nur Vorteile stecken und Recycling eine wichtige Aufgabe sein würde. Inzwischen sieht sich Kunststoff einiger Kritik ausgesetzt, aber viele Anwendungen sind ohne den Werkstoff nicht realisierbar. Und so manche Alternative, die Nachhaltigkeit für sich reklamiert, belastet die Umwelt auf andere Weise. Auf den Spuren eines viel diskutierten Materials.



»EIN WERKSTOFF, DER BESTÄNDIG IST, ISOLIEREND, SCHALL- UND WÄRMEDÄMMEND, LEICHT UND GÜNSTIG – DAS WAR REVOLUTIONÄR.«

DANIEL CARMINE MANOCCHIO

Woher wir kommen...

...UND WOHN WIR GEHEN.

Kunststoff ist nicht gleich Kunststoff. Während Massenware nur rein sein muss, also keine Giftstoffe enthalten darf, ist technischer Kunststoff hochkomplex. Er muss mechanische Anforderungen und gesetzliche Rahmenbedingungen erfüllen. Wo Einsparen leicht fällt, wo Material reduziert oder Rezyklat eingesetzt werden kann, ist also nicht so einfach zu ermitteln, wie es scheint. Fakt ist: Vergangenheit und Gegenwart halten viele Hausaufgaben bereit.

Rückblick: Plastik ist leicht!

Die unumschränkte Plastikbegeisterung Mitte des 20. Jahrhunderts mag heute für manch einen nicht leicht zu verstehen sein. Blickt man tiefer, so wird klar, dass die Euphorie durch eindeutige Vorteile begründet war. Metalle waren bis dahin der Baustoff für Geräte und Maschinen jeglicher Art – und Metalle waren teuer und schwer. Da war ein Werkstoff, der beständig ist, isolierend, schall- und wärmedämmend, dazu leicht und günstig, gleichzusetzen mit einer technischen Revolution. Seine Eigenschaften und die Eignung für die Massenproduktion machten Kunststoff zum Material, aus dem das Wirtschaftswunder nach dem Zweiten Weltkrieg gebaut wurde.

Daniel Carmine Manocchio, Leiter Materiallabor bei Kärcher, erklärt: „Bei jeder neuen Technologie gibt es einen Hype, wenn sie in die breite Masse ausgerollt wird. Man denke nur an die Träume vom atomgetriebenen Privat-Pkw oder die aktuelle Welle in puncto künstlicher Intelligenz. Am Ende landet die Begeisterung aber wieder in der Realität.“ Auch für Kärcher war Kunststoff ein Schritt auf dem Weg zu ergonomischen, zukunftsfähigen Produkten. Der erste mobile

Hochdruckreiniger HD 555 aus dem Jahr 1984 brachte noch satte 15 Kilogramm auf die Waage. So war zwar ein mobiler Einsatz möglich, komfortabel für den Anwender war die Handhabung aber nicht. „Kunststoff brachte die Möglichkeit, das Gewicht deutlich zu reduzieren. Heute wiegen solche Produkte zwischen fünf und zehn Kilogramm“, so Manocchio.

Ein anderer Aspekt, der in der frühen Phase die Menschen für Kunststoff begeisterte, war die Langlebigkeit, was damals im Sinne von Werterhalt ein klarer Pluspunkt war.

Einblick: die Sache mit dem Recycling

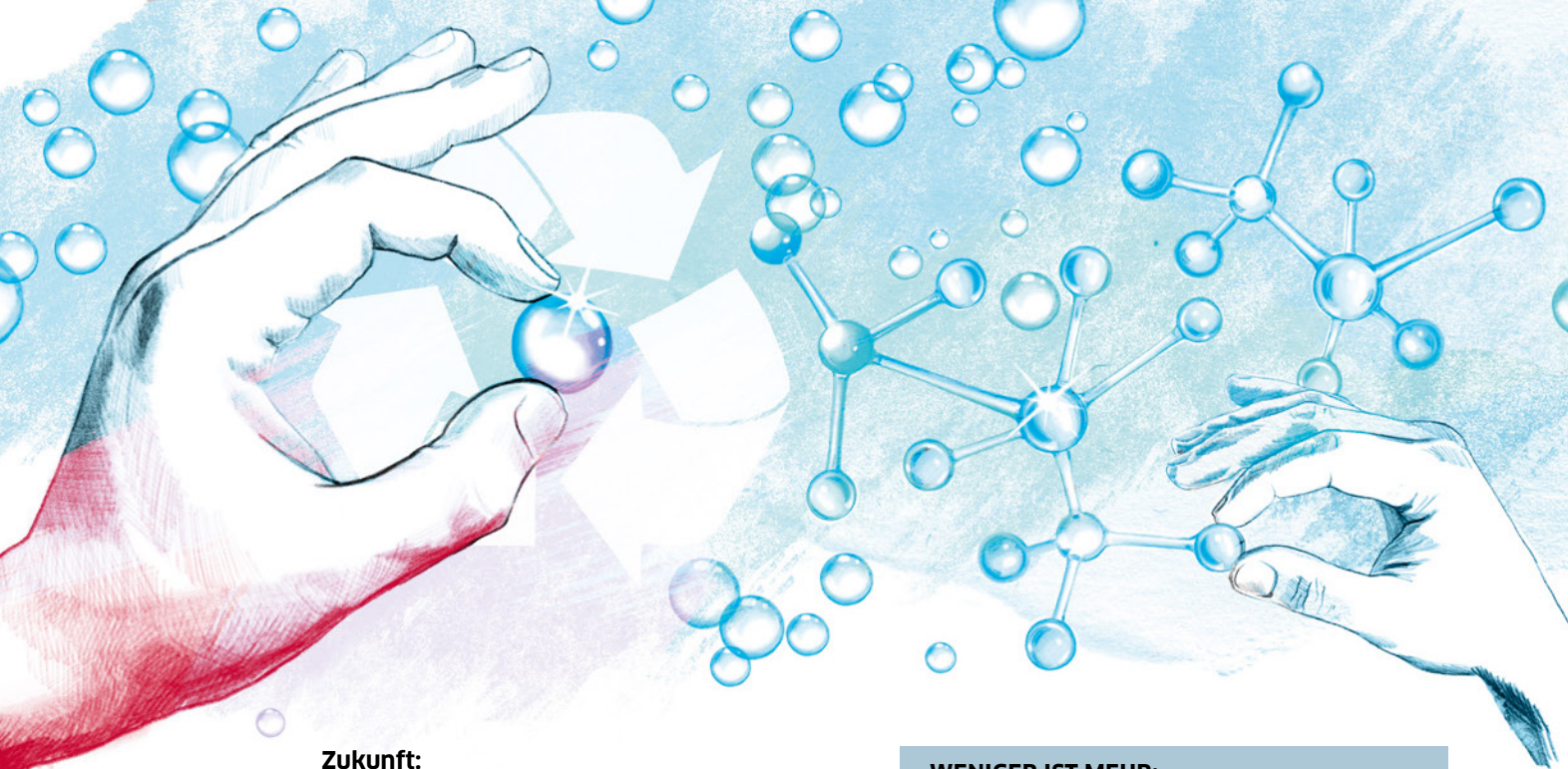
Die erste Recyclingwelle kam schließlich Anfang der 2000er-Jahre, schlicht, weil das Einmahlen und Beigeben von Produktionsresten zu einer Material- und damit zu einer Kostenersparnis führte. Dennoch ist die Wiederverwertung – sei es durch Umschmelzen sortierter Abfälle oder chemisch durch Pyrolyse – noch immer teuer und nicht in der Breite etabliert. „Kunststoff hat im technischen Bereich so eine große Bedeutung, weil seine Eigenschaften durch Anpassungen in Aufbau und Zusammensetzung gezielt verändert werden können“, so Manocchio. „Die akribische Trennung verschiedener Kunststoffe ist bei der Wiederverwertung also sehr wichtig, da sonst die Eigenschaften des Rezyklats drastisch verschlechtert werden. Für technische Bauteile ist das heikel.“ Neuware ist oft nicht nur hochwertiger, sondern auch günstiger als Rezyklate.

Manocchio beobachtet dennoch Bewegung im Markt: „Jeder versteht, dass der Verbrauch einer Flasche Shampoo pro Woche ein Problem ist. Dass aber auch bei einem Hochdruckreiniger Kunststoff im Spiel ist und Elektrogeräte generell keine Wegwerfprodukte sind, kommt immer stärker in den Fokus.“ Kärcher hat seit 2012 den Anteil an Recyclingkunststoffen in seinen Geräten um den Faktor 4 erhöht. Seit Ende 2018 nutzt das Unternehmen die Technyl4Earth-Technologie für die Herstellung von Strahlrohren (siehe Kasten: Aus Alt mach Neu). Im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie werden an allen Stellen weitere Schrauben gedreht, bis hin zur Reduktion von Verpackungsmaterial (siehe Kasten: Weniger ist mehr).

AUS ALT MACH NEU: AIRBAGS UND OZEANPLASTIK

Als eines der ersten Unternehmen nutzt Kärcher die Technyl4Earth-Technologie des Herstellers Domo in der Serienproduktion für den Endverbrauchermarkt. Das Rezyklat wird aus Geweben zurückgeführter Airbags und Restmaterial aus deren Fertigung gewonnen. Damit die Strahlrohre für Hochdruckreiniger dem hohen Druck standhalten können und insgesamt widerstandsfähig genug sind, wird das Polyamid mit 30 Prozent Glasfasern verstärkt.

Zudem forscht Kärcher intensiv an der Nutzung von Ozeanplastik. Die größte Menge des Kunststoffs, der in den Weltmeeren verbreitet ist, sind Verpackungsmaterialien wie PET, PE, PP und PVC. Diese Sorten sind aufgrund ihrer Eigenschaften für Kärcher kaum verwendbar, werden aber trotzdem im Blick behalten.



Zukunft: Was ist nachhaltig?

Vermutlich stellt sich insgeheim jeder Mensch die Frage, welches Verhalten am Ende wirklich einen Beitrag zum Schutz unseres Planeten leistet. „Dabei ist die Sachlage auch bei einfachsten Anwendungen denkbar komplex“, stellt Manocchio fest. „Wird eine Einkaufsstüte aus Papier nur einmal benutzt, weil sie beispielsweise nass geworden ist und reißt, so wäre eine mehrfach verwendete Plastiktüte nachhaltiger.“

Bei Kärcher setzt man darauf, bereits in der Entwicklung von Produkten Nachhaltigkeit im Blick zu haben. Dafür gibt die Ökodesign-Richtlinie der EU einen gesetzlichen Rahmen vor, der teilweise auch global übernommen wird. Ein Kerngedanke ist Design for Recycling, der auch dem Image entgegenwirkt, dass Nachhaltigkeit nur teuer ist. „Wenn ich den Materialeinsatz reduziere, ist das günstiger. Wenn ich Verbundwerkstoffe durch Recyclingwerkstoffe ersetze, ist das auf lange Sicht günstiger“, schildert Manocchio. „Wenn ich, als kleines Detail, den PE-Beutel als Verpackung für Zubehör weglasse, ist das günstiger. Und all das ist gut für die Umwelt.“ Ein anderes zentrales Stichwort ist die von der EU angestrebte Kreislaufwirtschaft, die ebenfalls

WENIGER IST MEHR: REDUKTION VON VERPACKUNGEN

Verpackungen sind ein zentrales Thema, wenn es um die Einsparung von Material geht. Bislang wurden für den mobilen Outdoor-Druckreiniger OC 3 vier Styroporeinlagen verwendet, um das Gerät beim Transport zu schützen. Plastikmüll, der vermeidbar ist: Der Karton wurde kleiner gestaltet und eine Einlage aus Pappe entwickelt. Die Verpackungsgröße wurde so um 20 Prozent reduziert, es ist kein Plastik mehr enthalten – und die Kosten für die Verpackung gingen um 45 Prozent nach unten.

auf die Prinzipien Vermeiden, Verringern und Wiederverwenden von Materialien setzt (siehe Interview mit Leo Stein, Referent Umwelt- und Stoffpolitik beim ZVEI – Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie e.V.).

Damit die Welt für die nachfolgenden Generationen lebenswert bleibt, ist letzten Endes jedes Unternehmen und jeder einzelne Mensch gefordert, sein Verhalten zu verändern. Daniel Carmine Manocchio resümiert: „Der Weg in die Zukunft besteht aus unfassbar vielen, unfassbar kleinen Schritten, die unfassbar viele Menschen gemeinsam gehen müssen. Wir sollten damit beginnen und uns nicht von der Komplexität entmutigen lassen.“ ■



Erfahren Sie mehr zum Thema:
www.kaercher.com/difference

»DER WEG IN DIE
ZUKUNFT BESTEHT
AUS UNFASSBAR
VIELEN, UNFASSBAR
KLEINEN SCHRITTEN.«

DANIEL CARMINE MANOCCHIO



Leo Stein, Referent
Umwelt- und Stoffpolitik
ZVEI – Zentralverband
Elektrotechnik- und
Elektronikindustrie e.V.



Im Gespräch mit Leo Stein (ZVEI)

„PARTNERSCHAFTEN SIND DER WEG IN DIE ZUKUNFT.“

Herr Stein, was sind aus Ihrer Sicht die relevanten Trends mit Blick auf Nachhaltigkeit für Unternehmen?

Da gibt es jede Menge, ich beschränke mich einmal auf die institutionelle Seite. Der Circular Economy Action Plan der Europäischen Kommission macht Unternehmen für die nächsten Jahre einige Vorgaben. Es geht darin unter anderem um eine nachhaltige Produktpolitik, um Ökodesign und um das Recht auf Reparatur. An diesem Aspekt lässt sich die Komplexität der Zusammenhänge sehr gut aufzeigen: Wer darf reparieren, sodass die gesetzlichen Pflichten des Herstellers in puncto Gewährleistung nicht konterkariert werden? Wir brauchen neue Ideen und Ansätze, um weiterzukommen – und die sind auch in der Mache.

Was genau ist denn in der Mache?

Verschiedene Unternehmen arbeiten an neuen Recyclingverfahren, zum Beispiel für sekundäre Kunststoffe. Rezyklate aus chemischen Verfahren sind rein, aber noch recht teuer. Mechanische Verfahren bringen nicht immer die Qualität, die für die Produktsicherheit erforderlich ist. Insofern wird es wohl in Zukunft einen Mix aus Methoden und Materialien geben, denn das Prinzip „One size fits all“ gibt es in der Industrie nicht.

Andere Ideen zielen darauf ab, den Einsatz von Material zu reduzieren – nicht nur in Sachen Kunststoff. Laut einer EU-Verordnung müssen einem Produkt alle relevanten Daten beigefügt werden, was Unmengen an Papier und Ressourcen verbraucht. Im ZVEI gibt es hierzu ein spannendes Projekt, das digitale Typenschild. Es stellt Unternehmen die Informationen standardisiert im Web zur Verfügung.

Für Sie persönlich: Was brauchen wir, um die Zukunft nachhaltig zu gestalten?

Erstens zeigt sich schon jetzt, dass Partnerschaften Fortschritte bringen. Die Hersteller von Elektronikgeräten, die Recyclingwirtschaft und die Hersteller von Primärkunststoffen können gemeinsam viel erreichen. Zweitens sollten wir aufhören, immer nur Bedenken zu haben – in manchen Fällen sollten wir einfach machen. Und drittens sehe ich uns alle in der Verantwortung: Auch ich als Leo Stein muss mir an die eigene Nase fassen und überlegen, was ich brauche, wie ich richtig entsorge und was sich reparieren lässt. ■

UNSERE HIGHLIGHTS AUS DEM KÄRCHER- PROGRAMM

Die Trainer der Kärcher Sales & Service Academy sind die Experten, wenn es um die Themen Geräte-Knowhow, Pflege, Reinigung und Hygiene geht. Hier im Heft stellen sie ihre aktuellen Produktfavoriten vor und geben konkrete Tipps zur Anwendung.



Evelin Osswald,
Specialist Sales Training
Home & Garden Products



Marian Anton,
Specialist Sales Training
Professional Products

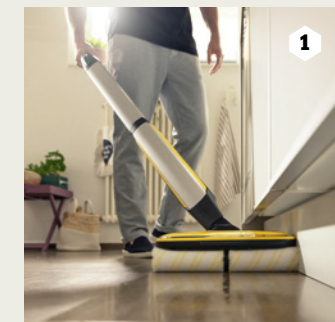
Home & Garden

» DER FC 7 CORDLESS KOMMT IN JEDE ECKE UND IN JEDEN WINKEL.«

EVELIN OSSWALD, SPECIALIST SALES TRAINING HOME & GARDEN PRODUCTS



MIT DEM FC 7 CORDLESS gehört das Suchen nach Steckdosen und das Stolpern über Kabel der Vergangenheit an.



Der **HARTBODENREINIGER FC 7 CORDLESS** ist ein echtes Multitalent: Er entfernt alle Arten von trockenem und feuchtem Alltagsschmutz in nur einem Schritt. Das spart viel Zeit und Mühe.

1 TIPP 1: SAUBER UND KOMFORTABEL WISCHEN

Vier gegenläufig rotierende Walzen sorgen dafür, dass das Gerät mühelos über den Boden gleitet. Was ich besonders toll finde: Die Walzen werden permanent mit Frischwasser befeuchtet, während der Schmutz im Schmutzwassertank gesammelt wird. Und: Die kompakte Bauweise erspart lästiges Möbelrücken und ermöglicht eine perfekte Ecken- und Kantenreinigung.

2 TIPP 2: ZWEI REINIGUNGSMODI PLUS BOOST-FUNKTION

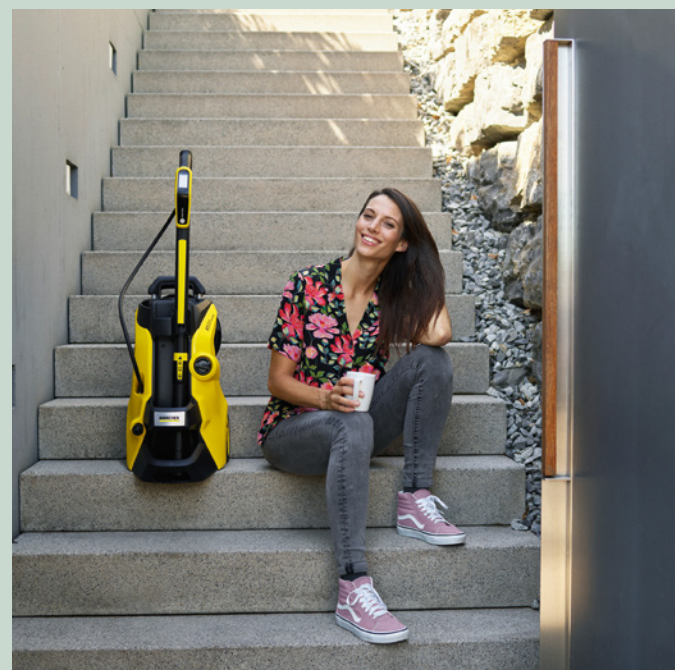
Beim FC 7 Cordless kann man die Walzenrotation und Wassermenge auf Boden- und Schmutzart einstellen. Deshalb kann man auch beruhigt empfindliche Parkettböden mit dem Gerät reinigen. Praktisch ist die Boost-Funktion – sie entfernt selbst hartnäckige Verschmutzungen.

Weiterführende Produktinformationen auf:
[kaercher.com/home-garden](https://www.kaercher.com/home-garden)



»GERÄT UND ANWENDUNGS- BERATER IN EINEM.«

EVELIN OSSWALD, SPECIALIST SALES TRAINING HOME & GARDEN PRODUCTS



VORHER-NACHHER-FOTOS über soziale Medien teilen, Verbrauchsdaten kontrollieren und vieles mehr – mit der Home & Garden App wird die Reinigung smart.

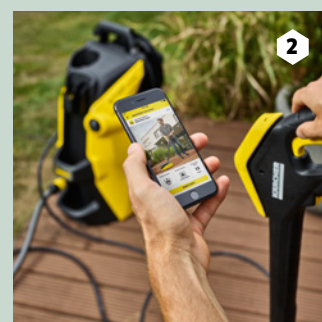
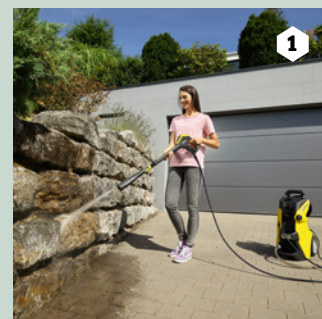
Reinigen war nie leichter, denn die neue Hochdruckreinigergeneration „denkt“ mit: Mit der **HOME & GARDEN APP** wird der Anwender Schritt für Schritt durch verschiedene Reinigungsaufgaben geleitet.

1 TIPP 1: GEBALLTES WISSEN IN EINER APP

Mich begeistert, wie praxisbezogen die App ist. Möchte der Kunde beispielsweise mit einem Hochdruckreiniger eine Steinmauer von Algen befreien, liefert die App eine Erklärung für das Reinigungsproblem. So werden unter anderem geeignete Einstellungen oder die richtigen Strahlrohre empfohlen.

2 TIPP 2: SCHRITT FÜR SCHRITT ZUM ZIEL

Die Home & Garden App leitet den User schrittweise durch den Reinigungsprozess und warnt vor einer Beschädigung des Reinigungsobjekts bei falscher Druckanwendung. Beim K 7 Premium Smart Control kann die Boost-Funktion direkt am Gerät oder bequem via App gesteuert werden.



3 TIPP 3: SAUBER BIS IN JEDEN WINKEL

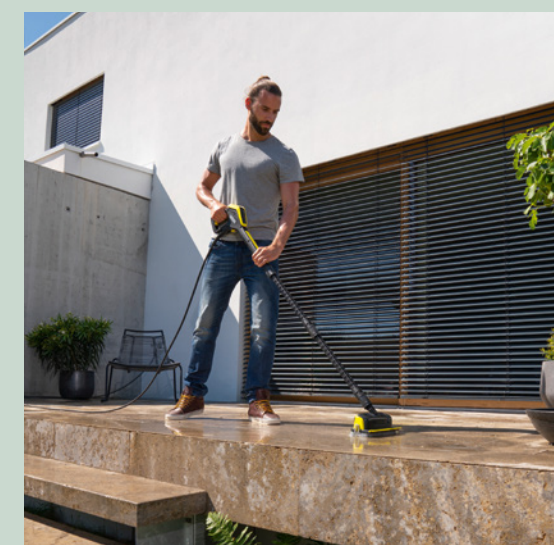
Selbstverständlich bietet Kärcher auch passendes Zubehör für die Smart Control Range an. Ich mag den PS 30 Plus Powerschrubber, weil er eine innovative Ecken- und Kantenreinigungsdüse enthält und sich daher ideal zum Reinigen von Treppen und anderen kleineren Oberflächen eignet.



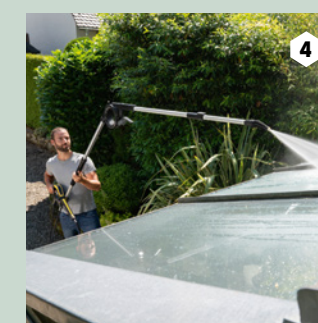
4 TIPP 4: WINTERGARTENDÄCHER REINIGEN

Das Teleskopstrahlrohr mit 180°-Gelenk macht dem Anwender das Leben leichter, weil es sich jeder Reinigungssituation flexibel anpasst und sowohl vertikale als auch horizontale Stellen mühelos erreicht. In Kombination mit dem Glasaufsatz können dann zum Beispiel die Wände und das Dach eines Wintergartens bequem gereinigt werden.

Weiterführende Produktinformationen auf:
[karcher.com/home-garden](https://www.karcher.com/home-garden)



DIE AUSTAUSCHBARE ABZIEHLIPPE beseitigt Pfützen, in denen man sonst leicht ausrutschen könnte, und beschleunigt gleichzeitig die Trocknungszeit der Oberfläche.



»SEHR LEISE UND BESONDERS LEICHT ZU BEDIENEN – DAS ZEICHNET DIE B 110 R Bp AUS.«

MARIAN ANTON, SPECIALIST SALES TRAINING PROFESSIONAL PRODUCTS

Die **B 110 R Bp** punktet durch Robustheit und viele Innovationen, die dem Anwender die tägliche Arbeit erleichtern. Highlights sind der neue Walzenbürstenkopf und der neue Saugbalken.

1 TIPP 1: GERÄUSCHARM REINIGEN

Kehren und Scheuersaugen in einem Arbeitsgang? Das ist für die B 110 R Bp kein Problem, denn die Walzentechnologie machts möglich. Der Bürstenkopf wurde rundum erneuert und bietet viele Vorteile, darunter eine deutliche Geräuschreduktion. Ganz neue Maßstäbe setzt auch die hohe Reinigungs- und Absaugleistung.

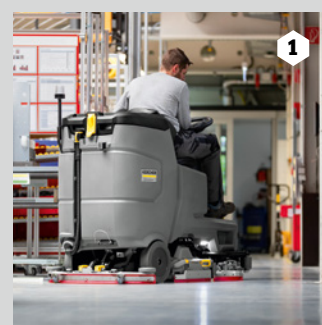
2 TIPP 2: SAUBER BIS AN DEN RAND

Randnahes Reinigen birgt nicht selten die Gefahr, dass man mit der Maschine an Regalen oder Wänden hängen bleibt. Mit dem neuen Seitenschrubbdeck kann das nicht mehr passieren, denn es ist nach innen ausweichend. Manuelle Nacharbeit an den Rändern fällt somit weg.

Weiterführende Produktinformationen auf: kaercher.com/professional



DER STOSSCHUTZ UND DIE ARBEITSBELEUCHTUNG bei der B 110 R Bp sorgen für ein positives Nutzererlebnis.



»EIN SYSTEM, UNZÄHLIGE EINSATZMÖGLICHKEITEN.«

MARIAN ANTON, SPECIALIST SALES TRAINING PROFESSIONAL PRODUCTS



DAS TRAGESYSTEM reduziert die erforderliche Haltekraft beim Arbeiten mit den einzelnen Systemkomponenten der Fassadenreinigung.



Die **SYSTEMLÖSUNG ZUR FASSADENREINIGUNG** erzielt beste Reinigungsergebnisse bei Solarpanels, Bodenflächen sowie Alu-, Glas-, Stein- und Putzfassaden.

1 TIPP 1: ÜBERALL FLEXIBEL

Mit der bis zu 14 Meter langen Multifunktions-Teleskopstange erreicht man auch entlegenste Stellen in luftiger Höhe. Ein einfacher Wasseranschluss genügt, auf Hochdruckreiniger, Gerüst oder Hubsteiger kann verzichtet werden. Wichtig: nur Osmosewasser verwenden, um Wasserflecken zu vermeiden. Für Glas und andere empfindliche Oberflächen ist besonders die weiche, blaue Bürste ideal.

2 TIPP 2: VIELSEITIG EINSETZBAR

Neben der Fassadenreinigung über Kopf (im Bild), ermöglicht die Teleskopstange auch das effiziente Reinigen von schwer zugänglichen Stellen in hohen Räumen. Es muss einfach nur ein Sauger angeschlossen werden, die Teleskopstange fungiert dann als Saugrohr.

Weiterführende Produktinformationen auf: kaercher.com/professional



WENN SEIFEN-SPENDER EINSÄTZE PLANEN

Unnötiges vermeiden, Zettelwirtschaft beseitigen – durch digitale Tools

Was braucht man, um ein Objekt zu reinigen? Eine Reinigungskraft, Reinigungstechnik und einen Einsatzplan. Mehr nicht? Sauberkeit ist aktuell sehr wichtig, gleichzeitig herrscht an vielen Stellen Fachkräftemangel. Der Schlüssel zum Erfolg lautet Effizienz, auch in der Reinigungsbranche. Wie Sensoren Seifenspender geschäftig machen, was künstliche Intelligenz (KI) für die Einsatzplanung leistet und wie Reinigungskräfte per Smartphone ihre Jobs in Echtzeit erhalten.

Man nehme den John-F.-Kennedy-Flughafen in New York. Seine Terminalgesamtläche: über 350 Hektar. Auch wenn die Einsatzplanung klug ist, müssen von einem Einsatzort zum nächsten zum Teil lange Wegstrecken zurückgelegt werden. Dabei erfolgt die Reinigung meistens nach dem Prinzip der visuellen Kontrolle. „Ich bin also eine Weile unterwegs, nur um festzustellen, dass die Räumlichkeiten sauber und die Seifen- oder Handtuchspender noch voll sind,“ erklärt Sri Sridharan, CPO von Zan Compute Inc. Der KI-Spezialist aus Santa Clara (Kalifornien) hat es sich zum Ziel gesetzt, unnötige Wege und Arbeiten für seine Kunden sichtbar zu machen und somit einzusparen.

„GUT EIN DRITTEL DER REINIGUNGSRUNDGÄNGE IST MEIST ÜBERFLÜSSIG“

Realisierbar wird das Konzept der bedarfsorientierten Reinigung durch den cleveren Einsatz von Sensorik und künstlicher Intelligenz. „Unsere Sensoren erfassen, wie viel Publikumsverkehr in einem Raum herrscht, und messen die Füllstände von Verbrauchsmaterialien“, so Sridharan. Um die Anonymität zu wahren, übernehmen zuverlässige Radarsensoren die Überwachung der Besucheranzahl – es werden keine Bildaufnahmen gemacht.

„Unsere KI errechnet aus den gesammelten Informationen wiederkehrende Muster und einen dynamischen Reinigungsplan. Er senkt den Zeitaufwand für unnötige Arbeiten und Rundgänge um bis zu 30 Prozent.“ Anpassungen in Echtzeit sind dabei jederzeit möglich. Kommt es also beispielsweise in einem meist wenig frequentierten Bereich zu erhöhtem Publikumsverkehr, so meldet das System sofort den daraus entstehenden Reinigungsbedarf.

„SELBST EIN DETAIL WIE EIN MÜLLSACK HAT RELEVANZ“

Mittlerweile sind allein in den USA bereits 15.000 Sensoren von Zan Compute verbaut. Die Datenauswertung an verschiedenen Objekten hat aufgezeigt, dass jede Kleinigkeit eine Rolle spielt. „Müllsäcke werden sehr oft gewechselt, obwohl sie erst halb voll oder weniger als halb voll sind,“ schildert Sridharan. „Lautet die Vorgabe, erst bei 70 Prozent Füllstand zu wechseln, werden Zeit und Verbrauchsmaterial eingespart. In Kombination mit der Information, wie oft ein Sanitärbereich frequentiert wird und somit gereinigt werden muss, konnten wir an einem großen Objekt die Arbeitszeit für Kontrollgänge um 50 Prozent reduzieren.“

„TAUSEND DINGE FALLEN LEICHTER, WENN ALLES DIGITAL LÄUFT“

Neben einer stärker am Bedarf orientierten Reinigung von Objekten spielt die effiziente Einsatzplanung und -steuerung eine große Rolle. In vielen Betrieben ist immer noch eine ausgeprägte Zettelwirtschaft anzutreffen, also das Hantieren mit Leistungsverzeichnissen oder manuell dokumentierten Arbeitszeiten, die später am PC eingetragen werden müssen. Solche Medienbrüche rauben Zeit und kosten Geld.

WHO IS WHO: SRI SRIDHARAN

Sri Sridharan ist Partner und CPO (Chief Product Officer) bei Zan Compute Inc. Als Experte für Softwareentwicklung war er 26 Jahre lang für die Intel Corporation tätig, baute dort umfassendes Know-how auf und erlangte zahlreiche Patente. Er studierte am Indian Institute of Technology (IIT Madras) und hält unter anderem Masterabschlüsse in Chemical Engineering und Computer Science der Southern Illinois University. Privat hat Sridharan die Sankara Eye Foundation gegründet, die in Indien gegen heilbare Augenerkrankungen kämpft.



Sri Sridharan, Partner und CPO (Chief Product Officer) bei Zan Compute Inc.



„Bisher gab es dafür keine umfassende Lösung, die sich auch kleine Unternehmen leisten können. Unser Anspruch ist es, die Verwaltung von Objekten, Mitarbeitern und Arbeitseinsätzen digital zu gestalten“, erklärt Philipp Andernach, Geschäftsführer von SoniQ. „Ein Objektleiter muss tausend Dinge im Kopf behalten. Wir helfen ihm dabei, so dass er sich auf die Qualität der Reinigungsdienstleistung konzentrieren kann.“

„DER KOMPLETTE PROZESS, VON A WIE ANFRAGE BIS Z WIE ZEITERFASSUNG“

Im Gegensatz zu bereits verfügbaren Lösungen, die jeweils nur einen Teilbereich abdecken, hat die SoniQ-Lösung den kompletten Prozess im Blick. Basierend auf Objektdaten und Leistungsverzeichnissen kann ein Objektleiter via PC oder App Mitarbeiter einteilen – passend zu bereits geleisteten Stunden, Qualifikation, Verfügbarkeit vor Ort, Krankheit oder Urlaub.

Die Reinigungskraft kann sich via App zum Einsatzort navigieren lassen, sich bei Arbeitsbeginn ein- und bei Arbeitsende ausloggen sowie neue Anfragen annehmen. Die Fotodokumentation erledigter Jobs erhöht die Transparenz gegenüber dem Kunden. „Das ist ein Wettbewerbsvorteil, denn nachvollziehbares Handeln erhöht die Kundenzufriedenheit“, so Andernach. „Dabei ist unsere Lösung so intuitiv und einfach zu bedienen, dass es keine Schulungen braucht.“

„WENN ICH HÄNDERINGEND NACH OBJEKTLEITERN SUCHE ...“

Verwaltung ist notwendig, doch unnötige Zeitfresser senken die Produktivität – das kann sich heute kaum ein Betrieb leisten. Im Schnitt sparen Anwender der SoniQ-Lösung 30 Prozent Arbeitszeit für Verwaltungsaufgaben und somit auch rund 20 Prozent Kosten ein. Erfahrungswerte belegen, dass kleine Unternehmen ihre Administration so schlank gestalten können, dass eine Backoffice-Kraft problemlos alle Prozessschritte erledigen kann.

„Bei großen Unternehmen zeigt sich der Fachkräftemangel besonders stark“, erklärt Andernach. „Wenn ich händeringend nach Objektleitern suche, bin ich froh, wenn ich mir durch eine Software die Arbeitszeit von bis zu drei Objektleitern einsparen kann. Nicht, weil ich Personal wegrationalisieren will, sondern weil ich es nicht finde.“

„WENN IM SMILEY WERTSCHÄTZUNG STECKT ...“

Waren Sie mit der Sauberkeit zufrieden? Mit dieser Frage werden Gebäudenutzer immer häufiger konfrontiert, beispielsweise am Ausgang eines Sanitärbereichs. Inzwischen arbeiten solche Systeme sogar berührungslos, um überflüssigen Kontakt mit Oberflächen zu vermeiden – und sie leisten einen weiteren Beitrag dazu, das Ergebnis



von Reinigung zu visualisieren. „Es geht natürlich immer darum, effizient zu arbeiten und ein Unternehmen wirtschaftlich fit zu machen“, resümiert Andernach. „Die Transparenz, die durch Digitalisierung möglich wird, schafft aber noch etwas ganz anderes. Ein einfacher Smiley hilft, die Wertschätzung für Reinigungsdienstleistungen sichtbar zu machen und zu fördern.“

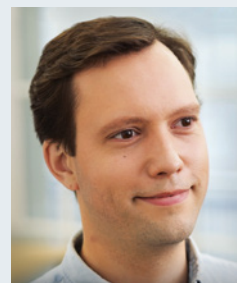
desto besser. Genau dahin soll die Reise mit SoniQ gehen, erklärt Philipp Andernach: „Unser Ziel ist es, letztlich alle digitalen Angebote für Gebäudedienstleister und andere Anwender über die [SQ] ONE-Plattform verfügbar zu machen.“ Wenn eine benutzerfreundliche, mehrsprachige Oberfläche Zugang bietet zum herstellerübergreifenden Flottenmanagement, zur Steuerung bedarfsorientierter Reinigung, zur Erfassung der Zufriedenheit von Gebäudenutzern und zur digitalen Aussteuerung sämtlicher Geschäftsprozesse – dann ist alles digital, bis auf das Reinigen selbst. Willkommen in der Zukunft. ■

„AM ENDE WIRD ALLES DIGITAL SEIN – FAST.“

Sogar in einer Welt, die von körperlicher Arbeit, vom Anpacken und Zupacken geprägt ist, bringen digitale Tools Fortschritte, wenn sie richtig eingesetzt werden. Je weniger verschiedene Systeme dabei miteinander verknüpft werden müssen und je stringenter eine Lösung ansetzt,

WHO IS WHO: PHILIPP ANDERNACH

Philipp Andernach ist Geschäftsführer der SoniQ Services GmbH. Der Manager und Tech-Unternehmer hat umfassende Erfahrung im Bereich Mobile & Cloud-Services und verschiedene Technologie-Start-ups aufgebaut. Er war unter anderem für Home24 SE, Rocket Internet SE sowie Axel Springer SE tätig. Andernach hat in London, Berlin, Paris und München Betriebswirtschaft, Rechts- und Staatswissenschaften studiert und hält einen M. Sc. in Business Management/MBM der ESCP Europe.



Philipp Andernach,
Geschäftsführer der SoniQ
Services GmbH





Intuitive Bedienung, leichtes Handling, kompakte Verstaubarkeit – clevere Produktgestaltung macht die Vorzüge eines Produkts sicht- und fühlbar.



Kraftvoll, geradlinig, erfrischend – von diesen Kärcher-Markentonalitäten lassen sich die Industrial Designer stets anleiten, wenn sie neue Produkte, wie den Hochdruckreiniger K Mini, gestalten.



Michael Meyer,
Director Industrial Design
Home & Garden Products

Design Option 1



Design Option 2



Das Nutzererlebnis immer im Blick

DESIGN MACHT DEN UNTERSCHIED

Wenn es um die genaue Begriffsdefinition von „Design“ geht, driften die Meinungen oft weit auseinander. Klar ist aber: Es geht um weitaus mehr als ästhetische Aspekte. Eine gelungene Gestaltung von Produkten basiert vielmehr auf klaren Regeln, die auch bei Kärcher über die Jahre hinweg kontinuierlich entwickelt wurden.

Cleveres Design durchbricht eingefahrene Denkmuster und hinterfragt menschliche Gewohnheiten. Es bringt neue Produkte hervor, die nicht nur besser als ihre Vorgängermodelle sind, sondern auch Nachhaltigkeitsaspekte berücksichtigen und die Handhabung insgesamt zu einem positiven Erlebnis machen. Das fängt beim Auspacken an, geht bei der Anwendung weiter und hört beim Verstauen auf.

Sobald es um die Gestaltung von Konsum- oder Investitionsgütern geht, spricht man von Industrial Design. Wie alle Branchen unterliegt auch das Industriedesign dem Wandel der Zeit, und die Erfüllung der Kundenwünsche nimmt eine immer zentralere Rolle ein. Wie es Kärcher schafft, Anwendern weltweit immer neue Problemlöser für Reinigungsaufgaben aller Art anzubieten, erklären die beiden Industrial-Design-Direktoren, Michael Meyer (Home & Garden) und Denis Dammköhler (Professional). „Wir arbeiten derzeit intensiv daran, unseren Kunden ein wiederkehrendes, positives ‚Kärcher-Erlebnis‘ zu liefern“, erklärt Michael Meyer. „Dafür haben wir eine sogenannte Corporate User Journey entwickelt. Diese zielt darauf ab, die Produktanwendung zu einem echten Erlebnis zu machen – und zwar an allen Berührungspunkten, die der Nutzer mit unserem Produkt hat.“

DEN MEHRWERT IM FOKUS

Die drei Aspekte Funktionalität, Benutzerfreundlichkeit und Ästhetik miteinander zu verknüpfen, um ein einzigartiges Markenerlebnis mit „WOW-Effekt“ zu schaffen, ist seit jeher fest in der Kärcher-Design-DNA verankert – über alle Produktgruppen hinweg. Deshalb setzen sich die Designteams nicht nur intensiv mit der nutzerorientierten Gestaltung auseinander, sondern auch mit allen nachgelagerten Prozessen, wie beispielsweise den Herstellungstechnologien von Produkten. Das Ziel aller Bemühungen ist immer, einen Mehrwert zu generieren. Auch dieser unterliegt gesellschaftlichen Entwicklungen und Metatrends wie zum Beispiel Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Robotik oder Urbanisierung. Das bringt mit sich, dass die Menschen immer höhere Anforderungen an Güter stellen und sich sehr kritisch mit Produkten auseinandersetzen, bevor sie sich zum Kauf entschließen.

Oft sind es Emotionen, die den ersten Impuls zur Entscheidung für oder gegen ein Produkt auslösen, denn ein Produkt soll dem Anwender auch Spaß bringen. Deshalb werfen die Kärcher-Designer einen geschärften Blick auf die Lebenswelt der Kunden. „Aus meiner Sicht wird der



» UNSERE GERÄTE SOLLN EINEN GUTEN JOB MACHEN UND UNSEREN KUNDEN DABEI GLEICHZEITIG FREUDE BEREITEN.«

MICHAEL MEYER

» GUTES DESIGN BEDEUTET IMMER, ETWAS MIT SINN UND LOGIK IM VORAUS ZU PLANEN.«

DENIS DAMMKÖHLER

Produktgestaltungsprozess in Zukunft immer enger an das Ziel geknüpft, Erlebnisse für den Kunden zu gestalten und nicht „nur“ Produkte. Denn die technisch einwandfreie Leistung wird längst als Selbstverständlichkeit vorausgesetzt. Entscheidend für den langfristigen Erfolg der Marke Kärcher wird deshalb die individuelle „Reise“ der Kunden mit unseren Produkten sein. Unsere Produkte können auch als emotionales Versprechen verstanden werden, das wir unseren Kunden geben“, so Michael Meyer.

Deshalb stehen auch im Professional-Bereich die Kundenbedürfnisse und ein positives Nutzererlebnis im Fokus der Designstrategie. Denis Dammköhler ist bereits seit 22 Jahren bei Kärcher und hat hautnah miterlebt, wie sich Wahrnehmung und Stellenwert von Design im Laufe der Zeit verändert haben: „Heutzutage geht es nicht mehr primär um Aussehen und Funktionalität, sondern immer auch um die Vermittlung von Werten und Unternehmenskultur.“ So ist Design für Denis Dammköhler selbstredend viel mehr als bloße Optik. „Eine klug durchdachte Produktgestaltung bedeutet immer, etwas mit Sinn und Logik im Voraus zu planen“, was speziell bei der Digitalisierung spürbar wird, die immer mehr in die Produktgestaltung einfließt. Die Prozesse wurden über die Jahre hinweg zunehmend in die virtuelle Welt verlegt – dadurch sind die Arbeitsmethoden schneller und flexibler geworden, was ganz neue Gestaltungsmöglichkeiten eröffnet.

PRODUKTE, DIE LEISTUNG UND FUNKTIONALITÄT VERSPRECHEN

Ein weiterer zentraler Aspekt bei der Produktgestaltung ist das Thema Arbeitsumfeld. Denis Dammköhler erklärt: „Weil ein gewerblicher Anwender täglich mehrere Stunden mit unseren Reinigungsgeräten arbeitet, müssen unsere Maschinen die bestmöglichen Arbeitsbedingungen schaffen. Das bezieht sich sowohl auf die

Gesundheit des Anwenders als auch auf eine intuitive Bedienbarkeit der Maschinen.“ Deshalb entwickeln die Designer auch im Professional-Bereich User und Stakeholder Journeys, die in direkter Zusammenarbeit mit den Nutzern der Produkte entstehen. Dadurch kann das Markenerlebnis der Kunden weiter optimiert werden. Ein Beispiel ist die Kärcher-Kommunaltechnik der Plattform D, bestehend aus unterschiedlichen Modulen und Baukästen für den kommunalen, ganzjährigen Einsatz – vom Kehren bis zum Schneeräumen. Rückmeldungen von Kunden rücken dabei einfache Bedienbarkeit, ein verbessertes Raumgefühl sowie noch mehr Sicherheit in den Fokus. Mit der marktnahen Optimierung für die Modellstruktur MIC und MC folgt Kärcher Gerätekonzepten, die auf individuell anpassbare Konfigurationen ausgelegt sind.

So ist beispielsweise ein ermüdungsfreies Arbeiten durch die intuitive Bedienung via Joystick und ein großes interaktives Grafikdisplay möglich. Dank der Vernetzung von Einzelbedienelementen hin zu Programmsystemen konnte die Anzahl der Schalter in der Kabine deutlich reduziert werden. Durch die nach vorn geneigte Scheibe entsteht ein besseres Raumgefühl, und das neue Luftführungssystem ermöglicht optimale Arbeitsbedingungen bei warmen wie kalten Witterungsverhältnissen. Der Fahrer profitiert von einem angenehmeren Raumklima und hat jederzeit klare Sicht.

Es wird also deutlich, dass funktionale Produktgestaltung nicht nur ästhetische Gesichtspunkte berücksichtigt, sondern eine bewusst getroffene Entscheidung ist, die auf klaren Gestaltungsregeln basiert und sich eng an den Kundenbedürfnissen orientiert. Die Zukunft der Marke Kärcher wird also immer auch eng an die Gestaltung von Produkten und Produkterlebnissen geknüpft sein. ■



Weitere Informationen zu diesem Thema:
www.kaercher.com/difference



Auf Basis von Kundenbedürfnissen konzipiert: Die Kommunalmaschinen von Kärcher punkten mit intuitiver Bedienung, verbessertem Raumgefühl und noch mehr Sicherheit.



Ein Arbeitsumfeld, das exakt auf die Ansprüche der Kunden und auf effiziente Arbeitsabläufe abgestimmt ist, nimmt eine zentrale Rolle bei der Kärcher-Produktgestaltung ein.



Denis Dammköhler,
Director Industrial Design
Professional



ZU BESUCH IM DORF DER HOFFNUNG

Nach einer langen und schwierigen Vergangenheit befindet sich das kleine kolumbianische Dorf Bocas del Carare nun auf seinem ganz eigenen Weg in die Zukunft – grün, modern und im Einklang mit der Natur.



Seit es die Grünfilteranlage gibt, werden nur noch geklärte Abwässer in den Río Magdalena geleitet – die Lebensader der Region.



Jeden Morgen um sechs Uhr tritt Alfredo Palacios seine Arbeit an. Früher war er Fischer. Jetzt ist der 47-Jährige für die Instandhaltung der Grünfilteranlage in seinem Heimatdorf Bocas del Carare zuständig. „Meine Arbeit gibt mir ein gutes Gefühl. Und wenn man eine Arbeit verrichtet, die einem gefällt, tut man sie immer mit Liebe.“

Für Alfredo symbolisiert die Filteranlage die Verwandlung, die Bocas del Carare durchlaufen hat. „Dieser Ort hat sich sehr verändert“, resümiert der Vater von fünf Kindern. In Kolumbien herrschte viele Jahrzehnte Bürgerkrieg. Besonders in den Achtzigern und Neunzigern gab es landesweit unzählige gewaltsame Konflikte. Damals

haben paramilitärische Gruppen die Gegend terrorisiert und die Einwohner gewaltsam aus dem Dorf vertrieben. „Aber jetzt ist es, Gott sei Dank, sehr ruhig“, freut sich Alfredo, der damals selbst Hals über Kopf fliehen musste, aber später wieder zurückkehrte.

Die Grünfilteranlage reinigt das Abwasser des Dorfs, bevor es in den längsten Fluss Kolumbiens, den 1.528 Kilometer langen Río Magdalena, geleitet wird. Das abgeschiedene Fischerdorf liegt im Nordosten des Landes im Bezirk Santander und ist nur einer von fünf Orten im Land, die eine solche Anlage besitzen. Bevor das System installiert wurde, landete das Schmutzwasser aus Häusern, Läden, dem örtlichen Restaurant und den beiden

Hotels ungefiltert im Fluss. Dadurch wurde das Wasser stark verschmutzt und den vielen Fischern im Dorf ihre Lebensgrundlage entzogen, weil die Fische immer ungenießbarer wurden.

Sauberes Wasser durch Pflanzenkraft

2016 schloss sich die in Bogotá ansässige Nichtregierungsorganisation Fundación Humedales mit dem Global Nature Fund zusammen, um das Problem zu lösen. Mit finanzieller Unterstützung von Kärcher, dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) und dem Schweizer Unternehmen Sika installierten sie ein bemerkenswert simples System, um Bocas del Carare zu helfen.

»DIE GRÜNFILTER-ANLAGE HAT UNSERE LEBENS-QUALITÄT ENORM VERBESSERT.«

ALFREDO PALACIOS



.....
Ein Großteil der Dorfbewohner lebt vom Fischfang. Die Grünfilteranlage hat die Wasserqualität enorm verbessert, was sich auch positiv auf die Gesundheit der Fische ausgewirkt hat.

Anstelle von Chemikalien nutzt die sonnenbetriebene, 1.600 Quadratmeter große Anlage Pflanzen zur Behandlung des Abwassers – mit einer denkbar einfachen Funktionsweise: Die Gemeinde leitet ihr Abwasser in die Grünfilteranlage, bis es die Vorbehandlung erreicht. Zunächst werden grobe Teile herausgefiltert und die Fließgeschwindigkeit verringert. Auch Öle und Fette werden in der ersten Stufe abgeschieden. Das Wasser landet im Anschluss in offenen Kanälen, die mit Wasserhyazinthen gefüllt sind. In den seichten und schmalen Kanälen umfließt das Wasser das Wurzelwerk der Pflanzen und wird durch das Zusammenspiel von Mikroorganismen und Wurzeln gereinigt. Aus einem Revisionsbehälter können Wasserproben

entnommen werden, um die Qualität zu prüfen. Das Wasser fließt schließlich wieder zurück in den Río Magdalena.

Neuer Lebensraum für Flora und Fauna

Wenn das Wasser wieder in den natürlichen Kreislauf geht, ist es zu 95 Prozent sauber. „Von der Filteranlage profitiert besonders auch die lokale Tierwelt“, erklärt Alfredo. „Mittlerweile tummeln sich viele Vogel- und Insektenarten bei der Grünfilteranlage, die vorher nicht da waren.“ Im Spätsommer 2019 hat es sich sogar ein kleiner Kaiman im seichten Wasser der Grünfilteranlage bequem gemacht. Die Anwohner hoffen, dass weitere Tierarten folgen werden und sich rund um den Grünfilter ein eigenes Ökosystem

entwickelt, das auch stark gefährdeten Lebewesen eine neue Heimat bietet. „Schon jetzt kommen regelmäßig Zoologen ins Dorf. Auch Studenten aus Frankreich und Spanien waren bereits hier, um die hiesige Tier- und Pflanzenwelt zu erforschen.“ Alfredo wünscht sich noch mehr Besucher. „Die Grünfilteranlage hat unsere Lebensqualität enorm verbessert. Wir können nun voller Hoffnung auf unsere Zukunft blicken.“ ■



Mehr Informationen zum Thema Grünfilteranlagen finden Sie hier:
www.kaercher.com/difference

IMPRESSUM

Herausgeber

Alfred Kärcher SE & Co. KG
Bernd Rützler, Executive Vice President
Corporate Marketing & Brand Management
Alfred-Kärcher-Straße 28-40
D-71364 Winnenden
T +49 7195 14-0
F +49 7195 14-2212
www.kaercher.com

Konzeption, Redaktion, Creative Direction

Vera Umbrecht, David Wickel-Bajak
Sabrina Fackler

Art Direction

Britta Raab/Studio Somo

Autoren

Silvia Kling
Alexandra Lachner
Sabrina Fackler
Mathew di Salvo

Fotos

Alfred Kärcher SE & Co. KG
David Franck
Luis Cano

Illustrationen

Julian Rentzsch
Irene Sackmann/caroline-seidler.com
Claudia Meitert/caroline-seidler.com

Quellen

<https://www.flughafen-management.de/weltweit-flughaefen/jfk>

Nachhaltigkeit bei Kärcher

kaercher.com/CSR

» **KÄRCHER** ist weltweit führender Anbieter für Reinigungstechnik. Mit Hoch- und Hochstdruckreinigern, Saugern und Dampfreinigern, Kehr- und Scheuersaugmaschinen, Kfz-Waschanlagen, Reinigungsmitteln, Trockeneisstrahlgeräten, Trink- und Abwasseraufbereitungsanlagen, Wasserspendern sowie Pumpen- und Bewässerungssystemen für Haus und Garten bietet Kärcher innovative Problemlösungen an. Sie umfassen aufeinander abgestimmte Produkte und Zubehöre sowie Beratung, Service und zahlreiche digitale Anwendungen. Die Alfred Kärcher SE & Co. KG erzielte im Jahr 2020 mit 2,721 Mrd. Euro den höchsten Umsatz in ihrer Geschichte. Das Familienunternehmen beschäftigt in 73 Ländern 13.500 Mitarbeiter in mehr als 130 Gesellschaften. Für eine lückenlose Versorgung der Kunden auf der ganzen Welt sorgen mehr als 50.000 Servicestellen in allen Ländern. Innovation ist für das Unternehmen der wichtigste Wachstumsfaktor und seit der Unternehmensgründung 1935 wesentlicher Bestandteil der Firmenkultur: Etwa 90 Prozent aller Produkte sind fünf Jahre alt oder jünger. Insgesamt arbeiten bei dem Reinigungsgerätehersteller mehr als 1.000 Mitarbeiter in Forschung und Entwicklung.

www.kaercher.com