



*Dieser Boden färbt nicht*

...er ist imprägniert mit  
**Bodenbeize**



## JonWood – die neue Holzpflege

Eine Zeitung der JohnsonDiversey, 9542 Münchwilen, Tel. 071 969 27 27, [www.johnsondiverseych](http://www.johnsondiverseych)

Vor über 70 Jahren erweiterte die damalige A. Sutter das Sortiment mit der CLU-Bodenbeize, welche dann später unter der noch heute beliebten Haushaltmarke Wega verkauft wurde. Erinnern Sie sich noch, wie Ihr Schulhauswart oder Ihre Grossmutter in früheren Jahren mühevoll und mit viel Kraftaufwand, mit einem Blocher, einem Wollappen (oft ein ausgedienter Pullover) und einer Bodenwische den Holzboden pflegte? Das ist zum Glück heute einiges einfacher geworden. Die Bedürfnisse und die Anforderungen haben sich mit der Zeit gewandelt, aber die gute Pflege des Parketts ist noch immer sehr wichtig.

Wir freuen uns, Ihnen mit JonWood ab sofort ein umfassendes Reinigungs- und Pflegesortiment für alle Anforderungen Ihrer Holzböden anbieten zu können.



### Das neue Sortiment

Anlässlich der Roadshows im Frühsommer präsentieren wir Ihnen unser neues, komplettes Reinigungs- und Pflegesortiment JonWood für alle Arten von Holzböden. Im Fachreferat «Neue Systeme und Anwendungen auf Holzbelägen» werden unter anderem auch neuartige Methoden der Zwischenreinigung vorgestellt und Sie haben die Möglichkeit, im anschliessenden Praxisworkshop Ihr Wissen zu vertiefen.

# TRENDS



## Neue Geräte – weitere Helfer für Ihre Reinigung

Die Bedeutung von Geräten nimmt in der Reinigung immer mehr zu. Einerseits um die Mechanik zu verbessern, andererseits um ergonomisch die Arbeit zu erleichtern. Aus diesem Grund haben wir unser Sortiment überarbeitet und ergänzt. Beispielsweise haben wir unser erfolgreiches Jonmaster System mit zwei Mops ergänzt:

**Der Jonmaster Allrounder Mop** entfernt lose und leicht haftende Verschmutzungen in einem Arbeitsgang. Dieser Mop ist ideal bei leicht verschmutzten Gängen, wie zum Beispiel in Schulhäusern.

**Der Jonmaster Pro Glass Mop** ist ideal für die Unterhaltsreinigung von grösseren Glasflächen und kann mit einem Kletthalter auf vertikalen Flächen praktisch angewendet werden. Der variable Jonmaster-Stiel bietet hier eine grosse Arbeitserleichterung.

In unserem Sortiment finden Sie auch ganz einfache Helfer:

Mit dem Abstaubwedel können lästige Spinnweben auch in der Höhe entfernt werden.

Die Abfallzange erlaubt das Aufnehmen von losem Schmutz, ohne sich bücken zu müssen.

### Purple Diamond Pad lässt stumpfe Bodenbeläge wieder glänzen

Es ist wirklich erstaunlich, welche Resultate mit dem neuen Purple Diamond Pad von 3M auf Marmor- und Kunststeinbelägen erreicht werden. So beispielsweise in der Shopping Mall des Einkaufs- und Fitnessparks «Säntispark» in Abtwil/SG, welches täglich von 5'000 – 10'000 Besuchern (je nach Wetter und Saison) besucht wird. Das Gebäudereinigungsunternehmen ISS ist hier mit der täglichen Unterhaltsreinigung beauftragt. «Der Zustand des stark beanspruchten Marmorbodens gab immer wieder Probleme, wie z.B. schwer entfernbare Geh- oder Radspuren», so Kurt Gemperle, Hauswart im Säntispark. »Der Boden war nach 23 Jahren sozusagen «tot» und die Baukommission war so weit, dass sie den ganzen Bodenbelag auswechseln wollte. Allein in der Shopping Mall sind das an die 2'000 m<sup>2</sup>.»

Der neue Purple Diamond Pad bot jedoch eine neue Ausgangslage. Die Unterhaltsreinigung erfolgte wie bis anhin täglich mit der TASKI combimat swingo 3500 resp. TASKI combimat 1600 und dem Unterhaltsreiniger TASKI Jontec Tensol, wobei anstelle des üblichen Pads der Purple Diamond Pad eingesetzt wurde. «Bereits nach drei Tagen waren die ersten Resultate zu sehen.



Die Glanzmessung zeigt, dass innerhalb von vier Wochen der Glanzwert von 28 auf 76 erhöht werden konnte. Kurt Gemperle, Hauswart im Säntispark; Walter Hinder, Anwendungstechniker bei JohnsonDiversey und Tobias Anhorn, Gebietsleiter ISS Facility Services AG (v.l.n.r.) sind mit dem Resultat mehr als zufrieden.

Ferner haben wir für Sie ein komplett neues Fensterreinigungsprogramm zusammengestellt und mit dem neuen Purple Diamond Pad eine Sensation in der Unterhaltsreinigung von Kunststein- und Marmorböden eingeführt.

Dies sind nur ein paar wenige Beispiele der vielen Ergänzungen. Neben der Erweiterung unseres Sortimentes haben wir auch unsere Lieferanten mit strikten Entscheidungskriterien überprüft. Wir kontrollieren zum Beispiel vor Ort, ob die Umweltrichtlinien eingehalten werden, keine Kinder arbeiten müssen und eine gleich bleibende Qualität gewährleistet werden kann. Die ausgewählten Artikel wurden durch unsere Anwendungstechniker (ATA) in Münchwilen mit Alternativangeboten und Mitbewerberprodukten getestet und verglichen. Am Beispiel der



Der Jonmaster Pro Glass Mop im Einsatz

Reinigungstücher wurden neben der Reinigungsleistung auch die Reissfestigkeit, das Eingehen beim Waschen und die Qualität nach vielen Waschgängen verglichen.

So sind wir in der Lage, Ihnen ein optimales Preis-Leistungs-Angebot anbieten zu können.

### Und so funktioniert der neue Purple Diamond Pad



Man konnte zuschauen, wie der Glanz kam», so Tobias Anhorn, Gebietsleiter von ISS. «Wir sind begeistert. Nach vier Wochen hatten wir einen «neuen Stein» und dies ohne Mehraufwand!»

#### Wo kann der Purple Diamond Pad eingesetzt werden?

Auf allen unbehandelten, kalkhaltigen Steinböden, wie z.B. Terrazzo und Marmor.

#### Was bewirkt der Purple Diamond Pad?

Glanzsteigernde Wirkung. Matte und abgenutzte Böden können wieder aufgefrischt und in optisch einwandfreie Flächen umgewandelt werden. Zusätzlich wird die Bodenoberfläche verdichtet, sodass Staub und Schmutz einfacher zu entfernen sind.

#### Wie funktioniert der Purple Diamond Pad?

Dieser besondere Pad ist durch einen speziellen Hartharz aus mineral-sicheren Poliermitteln aufbereitet, die mit Industrie-Diamant-Partikeln ausgestattet sind. Die Anwendung erfolgt mittels Einscheibenmaschine oder Scheuersaugmaschine in Kombination mit einem TASKI Boden-Unterhaltsreiniger (z.B. TASKI Jontec Tensol). Diese Anwendung kann täglich in den normalen Unterhaltsreinigungsablauf integriert werden und so lange angewandt werden, bis der gewünschte Glanzgrad erreicht wird. Anschliessend kann wieder der normale (rote) Pad für die Unterhaltsreinigung eingesetzt werden.

#### Ihr Nutzen:

- Erhältlich in den wichtigsten Grössen für Ihre Einscheiben- oder Scheuersaugmaschinen
- Exzellentes Erscheinungsbild des Bodens
- Einfache Handhabung
- Zwischen- und Grundreinigungsbedarf wird minimiert
- Lang anhaltendes Ergebnis

## Im Zeichen der Umwelt



Vom 6. bis 9. Mai findet zum 22. Mal in Amsterdam die weltweit wichtigste und grösste internationale Fachmesse im Bereich Gebäudereinigung statt: **die Interclean in Amsterdam.**

Interessante Neuheiten präsentieren wir Ihnen an unserem attraktiven Messestand. So wird z.B. die neueste Scheuersaugmaschine TASKI swingo 1650 (entwickelt und hergestellt in

Münchwilen/Schweiz) weltweit zum ersten Mal vorgestellt. Ebenso wird für die Öffentlichkeit die weltweit kleinste Scheuersaugmaschine TASKI swingo 150 erstmalig zugänglich sein.

Melden Sie sich bei der Information an unserem Stand:  
Nr. 01.211 / 01.311 / 01.411.  
Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

## Einladung zur Roadshow



### Innovationen, Fachreferate und Workshops

Nicht nur auf dem Fussballfeld gibt es einen Meistertitel zu gewinnen. Sie beweisen sich täglich in Ihrem Berufsumfeld und warten mit Höchstleistungen auf. Mit fachlicher Kompetenz, innovativen Reinigungssystemen sowie professionellen Tools für die Planung und Kontrolle von JohnsonDiversey können Sie täglich Ihren «Meistertitel» in Ihrem Fach gewinnen. Wir zeigen Ihnen an der Roadshow, wie wir Sie mit unserer leistungsfähigen Serviceorganisation und unseren engagierten Mitarbeitern dabei unterstützen. Sie können auch für sich persönlich profitieren. Wir bieten Fachreferate über die Holzpflege und über Konzepte für die Hygiene- und Lebensmittelsicherheit an.

Bitte melden Sie sich mittels eingetreteter Antwortkarte an. Die Anzahl der Plätze ist limitiert. Wir kommen auch in Ihre Nähe und freuen uns auf Ihren Besuch.

Weitere Einzelheiten finden Sie auf unserer Homepage:  
[www.johnsondiversey.ch](http://www.johnsondiversey.ch).

#### Durchführungsorte und Termine:

- Donnerstag, 15. Mai, 9542 Münchwilen/TG, bei JohnsonDiversey, Eschlikonerstrasse
- Dienstag, 20. Mai, 4142 Münchenstein/BL, im Kultur Zentrum, Loogstrasse 2
- Donnerstag, 22. Mai, 7000 Chur/GR, im Kirchgemeindehaus Titthof, Tittwiesenstrasse 8
- Mittwoch, 28. Mai, 6500 Bellinzona/TI, im Businesscenter, Via dei Gaggini 3
- Donnerstag, 29. Mai, 6214 Schenk/LU, im Begegnungszentrum, Schulhausstrasse
- Dienstag, 3. Juni, 8045 Zürich, im Sihlcity «Papiersaal»
- Mittwoch, 4. Juni, 1400 Yverdon/VD, La Marive, Quai de Nogent 1
- Donnerstag, 5. Juni, 3322 Urtenen-Schönbühl/BE, im Zentrum Urtenen, Zentrumsplatz 8

Erleben Sie die Premiere der wendigen TASKI swingo 1650



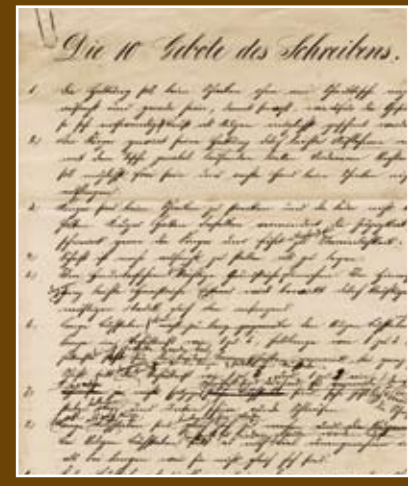
IMPRESSUM  
TRENDS erscheint 2 mal pro Jahr

Auflage: 24 000 dt./6 000 franz.  
Redaktion: Jacqueline Schmid,  
Johnson Diversey, Münchwilen

## Die ersten 100 Jahre der Sutter Firmengeschichte

### Die Sutter-Schrift

1904 verlässt der erste maschinengeschriebene Brief die Firma. Von 1879 bis dahin prägten die von Adolf Sutter erlassenen «10 Gebote des Schreibens» die Firmen-Handschrift. Neben der Körperhaltung legte Adolf Sutter unter anderem fest, in welchem Verhältnis die langen Buchstaben gegenüber den kurzen Buchstaben geschrieben werden sollen. Das 10. Gebot widerspiegelt auch seine eigene Einstellung als Unternehmer: «...Der Kaufmann soll seine Zeit nicht mit Schnörkeln vergeuden, sondern darauf sehen, dass er sich eine einfache angenehm ins Auge fallende, hauptsächlich aber eine klare, leicht leserliche Schrift aneignet.»



Die Schuhpflegeprodukte im Wandel der Zeit.

### 1860 entstand die glänzende Idee für glänzende Schuhe

Nach dem Anlaufen der Verkäufe des Essigs suchte Adolf Sutter ein zweites Standbein, um seiner Handvoll Mitarbeiter auch im Winter eine Vollbeschäftigung zu sichern. Damals konzentrierte sich der Absatz des Essigs noch sehr stark auf die Sommermonate. Aus einem Briefwechsel mit seiner Frau Katharina entnehmen wir: «...wollen auch die Geschäfte nicht recht ziehen. Ich gebe mir alle nur erdenkliche Mühe, aber wenn die Fässer noch voll sind, kann ich die Leute nicht zum Bestellen zwingen. Alles verspricht mir aufs

Frühjahr. Ich will mich daher alsdann beizeiten auf den Weg machen, so Gott will und wir noch leben. Können wir die französische Wichse nachmachen, dann steht in diesem Artikel ein schönes Geschäft in Aussicht, das keiner Jahreszeit unterworfen ist.»



### 1858 bis 1958 Stichworte

- 1858 Adolf Sutter-Krauss gründet die Essigfabrik in Oberhofen (heutiges Münchwilen TG).
- 1860 Schuhwiche wird in die Fabrikation aufgenommen.
- 1878 Die zwei ersten Vertreter werden eingestellt.
- 1884 Nach dem Tod des Gründers, Adolf Sutter-Krauss, wird das Geschäft von seiner Frau Katharina und ihrer Tochter Anna weitergeführt.
- 1894 Die Firma wird durch den Sohn Arthur Sutter im Alter von 28 Jahren übernommen.
- 1904 Arthur Sutter wird Präsident des Schweizerischen Essigfabrikanten-Verbandes.
- 1909 Es wird eine Filiale in Konstanz eröffnet.
- 1910 Gründung der Filiale in Genua, Italien.
- 1923 Die Schuhcreme «MARGA» wird eingeführt.



In dieser Zeit kam in den Städten die Mode auf, die Schuhe auf Hochglanz zu polieren, wozu Melasse oder Sirup als glanzgebende Mittel verwendet wurden. Diese Wichse wurde in Holzspan-schachteln abgefüllt, in denen die Masse allerdings bald einmal hart wurde. Zum Einfetten der Schuhe musste die Wichse befeuchtet werden, weshalb sie den Übernamen «Spözwichse» erhielt. Der Verkauf lief gut an: Schon im Jahre 1874 wurden weit über 1 Million Packungen verkauft. Das damals meist-verkaufte Lederpflegemittel bestand aus: 70 Teilen Melasse, 9,5 Teilen Bein-schwarz, 6 Teilen Pfeifenerde, 4,5 Teilen Leinöl und 10 Teilen Essig.

Den eigentlichen Erfolg brachte aber erst die Nachfolgerin «RAS», eine ganz neuartige Schuhwiche. Ihr Siegeszug

begann 1907. Im Jahr 1923 kam die be-rühmte Dosenmarke MARGA auf den Markt. Die ältere Generation erinnert sich noch gut an die Marga-Schnittbö- gen, aus denen ganze Dörfchen aus verschiedenen Kartonbögen gebastelt werden konnten. 1931 wurde unter der Leitung der dritten Sutter-Generation die Woly-Produktlinie geboren, die weltweit noch heute exklusiv nur im Schuhfachhandel verkauft wird.

### Von der Schuhpflege zur Bodenpflege

Zwei wichtige Trends wiesen darauf hin, dass der Schuhpflegemarkt schrumpfen würde: Mit dem Aufkommen des Au-tomobils wurden die Strassen sauberer und mit dem Halbschuh wurden die bis dahin üblichen Stiefel verdrängt.



WEGA Inserat aus dem Jahr 1953.

Also machte sich Adolf Sutter auf die Suche nach einem weiteren Standbein. Für die Herstellung der Schuhpflege-produkte wurden Lösungsmittel und Wachse benötigt, Rohstoffe, die auch in Bodenpflegemitteln enthalten sind. Es war deshalb nur ein kleiner, aber bedeutender Schritt, die Fabrikation solcher Produkte aufzunehmen. Anfang der Dreissigerjahre gelangte CLU, ein Mittel zum Färben und Glänzen von Tannenböden, in die Verkaufsregale. 1947 kam die erste flüssige WEGA-Bodenwiche auf den Markt und wurde sogleich ein Verkaufserfolg. Das WEGA-Sortiment umfasste für die moderne Wohnungspflege dann bald eine Vielzahl von Produkten für glatte Bodenbeläge, für Teppichböden, für die allgemeine Haushaltsreinigung und für die WC-Hygiene. WEGA-Produkte werden noch heute durch unsere Schwest-erfirma SC Johnson im Schweizer Einzelhandel vertrieben.



Für das grosszügige Engagement bei der Landesausstellung in Bern 1914 wurde der Firma Sutter & Cie die Goldene Medaille verliehen.

- 1929 Die Filiale in Genua wird an den ältesten Sohn Adolf Sutter abgetreten.
- 1931 Die für den Schuhhandel reservierte Marke «WOLY» wird geschaffen.
- 1932 Die Firma mit einer Belegschaft von 75 Personen wird vom Sohn Alfred Sutter im Alter von 28 Jahren übernommen.
- 1935 Die Bodenbeize «CLU» wird auf den Markt gebracht.
- 1941 Die «Skiwa» Skiwachs-Reihe wird geschaffen.
- 1947 Die neu eingeführte flüssige Bodenwiche «WEGA» wird zum Verkaufserfolg.
- 1948 Das «ASO» Fensterreinigungsmittel wird eingeführt.
- 1952 Der erste Parkettsiegel und die erste Selbstglanzemulsion werden auf den Markt gebracht.
- 1953 Die Grossverbraucherabteilung «TASKI» wird gegründet.
- 1954 Der «KRESSI» Kräuter Essig wird eingeführt.
- 1958 Die Belegschaft von 204 Personen feiert ihr 100-jähriges Bestehen.

## Der Goldene Koch 2008 – die Vorbereitung

JohnsonDiversey ist Partner des Kochwettbewerbs «Der Goldene Koch von KADI 2008», dessen Finale am 7. April im Kursaal Bern ausgetragen wurde. In dieser Funktion unterstützten wir nicht nur den Event selber, sondern standen den sechs Finalisten auch in der Vorbereitungsphase zur Seite. Im Rahmen der Vorbereitungen zur Meisterschaft hatten wir die Gelegenheit, einem der Finalisten, Thomas Nussbaumer, einige Fragen zu stellen:

**JD: Was bewegt einen Leiter der Spital-Gastronomie, an einem Kochwettbewerb der «Haute Cuisine» mitzumachen?**

TN: In der Spitalgastronomie bin ich erst seit sechs Jahren tätig. Ursprünglich komme ich aus dem Hotellerie- und Gastrobereich. Darüber hinaus habe ich bereits vor elf Jahren schon einmal am Goldenen Koch teilgenommen. Und vor zwei Jahren durfte ich dem Event als geladener Gast beiwohnen.

**JD: Haben Sie keine Angst, dass die Verweildauer der Patienten im Bruderholzspital des guten Essens wegen überdurchschnittlich lange ist?**

TN: (lacht) Nein, da habe ich keine Angst. Es ist unser Ziel, den Aufenthalt in unserem Spital so kurz, aber auch so angenehm wie möglich zu gestalten. Eine gesunde und schmackhafte Ernährung gehört einfach dazu.



Thomas Nussbaumer, Leiter der Gastronomie am Kantonsspital Bruderholzspital in Basel, bei den Vorbereitungen des Testessens.

**JD: Was ist Ihr Ziel am Goldenen Koch 2008?**

TN: Im Wettbewerb gibt es nur ein Ziel: zu gewinnen! Allerdings bin ich der Meinung, dass alle sechs nominierten Finalisten bereits zu den Gewinnern zählen. Wenn ich am 7. April meine beste Leistung erbringen kann, bin ich zufrieden. Sollte ein anderer Kandidat besser abschneiden, ist dies für mich aber auch kein Weltuntergang.

**JD: Wie bereiten Sie sich auf den Wettbewerb vor?**

TN: Zum einen koche ich in Trainingseinheiten einzelne Komponenten. Ein weiteres Element ist das Zusammenführen der Speisen zu einem Arrangement. Letzten Samstag habe ich hierfür Berufskollegen eingeladen, die mein Werk beurteilten und mir wertvolle Hinweise gaben. Auch habe ich ein Probekochen in einer fremden Küche geplant, um der Wettbewerbssituation näher zu kommen. Testessen, wie durch JohnsonDiversey gesponsert, tragen natürlich auch wesentlich zu einer wettbewerbsnahen Vorbereitung bei.

**JD: Was ist Ihr Geheimnis, um den Pokal zu gewinnen?**

TN: Ich glaube, es ist eine Kombination aus Originalität, Machbarkeit und Geschmack meiner Gerichte.

**JD: Wo liegt Ihrer Meinung nach der Schlüssel zum Erfolg?**

TN: In der Zeit! In der gegebenen Zeit das Beste herauszuholen. Und wie gut man in einem fremden Umfeld zurechtkommt. An diesem Event wird allerdings von der Firma Slavis jedem Teilnehmer eine «massgeschneiderte» Kochnische zur Verfügung gestellt. Eine fantastische Unterstützung.

**JD: Ein Event dieser Kategorie ist auf Sponsoren angewiesen. Wie wichtig ist dieser Support?**

TN: Die Betreuung durch die Sponsoren ist optimal, ja sensationell. Da bleiben keine Wünsche offen. So ist auch die zusätzliche Unterstützung von JohnsonDiversey ein wichtiges Element bei meinen Vorbereitungen.

### Gewinner des «Goldenen Koch 2008»



Für JohnsonDiversey als Sponsor sind alle sechs Finalisten Gewinner. Aber nur einer von Ihnen konnte als «bester Koch des Landes» die Trophäe «der Goldene Koch von Kadi 2008» gewinnen. Vor rund 1000 Zuschauern und einer renommierten Jury überzeugte Stéphane Décotterd, Chef de Cuisine im Restaurant «Le Pont de Brent» in Brent, mit seinen Kreationen und holte sich die begehrte Trophäe der Schweizer Gastronomie. Damit steht auch fest, dass Stéphane Décotterd die Schweiz im Januar 2009 beim Bocuse d'Or in Lyon vertreten wird, dem weltweit berühmtesten aller Kochwettkämpfe.

**JD: Welchen Stellenwert hat der Aspekt «Hygiene» in der gehobenen Gastronomie und welches sind die Unterschiede zur Gemeinschaftsgastronomie?**

TN: Da gibt es schon grosse Unterschiede. Was nicht heisst, dass in der gehobenen Gastronomie weniger hygienisch gearbeitet wird, auf keinen Fall! Das erhöhte Gefahrenpotenzial liegt in der Menge und ist natürlich durch die Abwehrschwäche unserer Gäste bedingt. Grundreinigungen werden bei uns minutiös, in relativ kurzen Intervallen durchgeführt. Ich bin froh, dass mich JohnsonDiversey auch in diesem Bereich unterstützt.

JD: Herr Nussbaumer, besten Dank für diese interessanten Einblicke in Ihre Vorbereitungsarbeiten zum Goldenen Koch.

## REACH: wichtige Information

Im Rahmen der neuen REACH (Registrierung, Evaluierung und Autorisierung von Chemikalien) Verordnungen haben sich die europäischen Anbieter von Parfümen entschlossen, ihr Sortiment zu straffen und einige Inhaltsstoffe und Parfüme nicht mehr herzustellen. Auch in unseren Produkten sind Parfüme enthalten und wir sind gezwungen, bei einigen Produkten auf neue Duftstoffvarianten umzustellen. Im Sinne von REACH – welche durch eine Verminderung der eingesetzten Rohstoffvielfalt eine vereinfachte Risikobeurteilung ermöglicht – haben wir uns entschieden, die Anzahl der verwendeten Parfüme in unseren TASKI-Produkten ebenfalls zu harmonisieren und zu reduzieren. Bereits im 2. Quartal dieses Jahres werden Sie die TASKI-Produkte mit den neuen Duftstoffvarianten erhalten. Die Artikelnummern werden sich nicht ändern. Die entsprechenden Produkte werden mit dem Vermerk «New Perfume» auf der Etikette erkennbar sein.



Für Ihr Verständnis zu dieser erforderlichen Umstellung danken wir Ihnen und hoffen gleichzeitig, dass Sie unsere Bemühungen, Ihnen Produkte nach den neuesten Erkenntnissen, Verordnungen und Gesetzen anzubieten, unterstützen können. Wir haben für Sie ein Informationsblatt erstellt, welches Ihnen, in einfacher und übersichtlicher Form, Hinweise über die zu erwartenden Veränderungen auf dem europäischen und Schweizer Markt durch die neuen REACH-Gesetze gibt. Dieses steht Ihnen auf unserer Internetseite als PDF-Dokument zur Verfügung.

## Hygienische Sauberkeit im Wellness- und Badbereich



Bildquelle: Panorama Resort & Spa Ecussberg

Wellness ist schon lange nicht mehr nur ein Modetrend. Wellness wird gelebt. Sei es am Wochenende im entspannten Umfeld oder um sich nach einem arbeitsintensiven Tag zu erholen.

Wellness ist ein starkes Kundenbedürfnis, welches sich fest etabliert hat. Damit der Gast zufrieden wiederkommt, muss er sich wohl fühlen. Dieses Gefühl wird neben einem angenehmen Ambiente, freundlichem Personal und den letzten Neuigkeiten aus der Wellnesswelt vermittelt. Nicht zuletzt auch mit Sauberkeit, einwandfreier Hygiene und einem frischen Duft in den Räumen und strahlend sauberer Gästewäsche.

### Einheitliches und übersichtliches System

Um sich in den unterschiedlichen Anforderungen von Kundenbedürfnissen und Materialbeschaffenheit nicht zu verzetteln, birgt ein Reinigungssystem aus verschiedenen Methoden

mit den richtigen Produkten, Geräten und Maschinen viele Vorteile. Hierfür ist eine Beratung mit einem kompetenten Partner von Vorteil. Unsere Reinigungsexperten kennen die Kundenbedürfnisse und verstehen die Anforderungen an die Systeme und Methoden im Einklang mit den richtigen Produkten.



Unser Wellness-Reinigungsangebot zeichnet sich durch seine leichte Verständlichkeit und die praktische Anwendung aus. Die einzelnen Reinigungsmethoden mit den TASKI Produkten werden Ihnen visuell, also anhand von sogenannten Methodenkarten aufgezeigt. Auf diesen Karten erkennen und lesen Sie in maximal sechs Schritten, wie die Methode im Ablauf funktioniert. Zudem wird Ihnen das Reinigungsergebnis nach der Methode als Kontrollpunkt aufgezeigt. Mittels dieser Methodenkarten können Sie auch neu anzulernende Anwender eine Reinigungsmethode innert kurzer Zeit durch Nachschlagen auf der Karte schnell und einfach erklären.



## FIFA – das Zuhause der internationalen Fussballgemeinschaft



Sie strahlen um die Wette: Bedri Maralushai (Hauswart bei der FIFA), die TASKI swingo 3500, die Pokale im Hintergrund und der wunderschöne Bodenbelag aus Lapislazuli im Foyer des FIFA-Gebäudes.

Aussergewöhnlich und beeindruckend zeigt sich das neue Administrations-, Ausbildungs-, Konferenz-, Logistik- und Sportzentrum der FIFA beim Zoo in Zürich auf einer Grundstücksfläche von 44'000 m<sup>2</sup>. Mit zwei Obergeschossen, einem Erdgeschoss und fünf Untergeschossen lässt sich die wirkliche Grösse eigentlich nur erahnen. Hier treffen sich die Vertreter der 208 Mitgliedsverbände zu wichtigen Meetings und hier werden die FIFA-Schiedsrichter ausgebildet. Die FIFA setzt sich zudem sehr stark für den Nachwuchs und die Jugendförderung ein.

Im Kopfteil des Gebäudekomplexes sind die Eingangshalle, das Auditorium (für 210 Personen), die Büros von Präsident und Generalsekretär sowie unterirdisch die Konferenzräume und ein Andachtsraum untergebracht. Im Körperteil befinden sich weitere Büros sowie in den Untergeschossen die Tiefgarage (175 Parkplätze), die Lagerräume und sonstige Infrastrukturbereiche. Zu den Sportanlagen (Spielfelder aus Kunstrasen oder Sand sowie ein Minifeld) gehört ein Fitnesszentrum mit Seminarraum. Die grosszügig angelegte Parklandschaft verbindet heimische und exotische Vegetation und widerspiegelt

damit die Tätigkeit der FIFA als internationaler Dachverband und Organisatorin weltweiter Sportveranstaltungen.

### Edel und funktional

Der repräsentative Charakter wird durch die Verwendung schlichter und zugleich edler Materialien unterstrichen. Ihre hochwertige Wirkung erlangen sie durch die Eigenschaften sowie die kunstvolle, handwerkliche Bearbeitung. Die Korridore mit ihren Chromstahlstützen geben der lang gezogenen Form des Gebäudes Struktur und Licht. Brasilianischer Granit wurde in gebrochener Verarbeitung für die Wände verwendet und als geschliffene Variante sowie Lapislazuli als Bodenplatten verlegt. «Wir sind sehr darauf bedacht, dass immer alles absolut sauber ist. Das FIFA-Gebäude soll den Hygienestand eines 5\*-Hotels aufweisen», so Roger Böni, Leiter Hausdienst und Einkauf. Er ist für den Unterhalt dieses grossen Komplexes verantwortlich und wird dabei von drei vollbeschäftigten Personen sowie elf Personen in Teilzeit unterstützt. «Die Referenz gegen aussen ist für uns sehr wichtig. Manchmal reinigen wir sogar die Tiefgarage mehrmals am Tag mit der Aufsitz-Scheuersaugmaschine TASKI swingo!»

Pro Etage befinden sich rechts und links jeweils die Reinigungsräume, von wo aus das Personal mit den praktischen

Die Werterhaltung der verschiedenen, edlen Materialien ist für Bedri Maralushai (rechts im Bild) sehr wichtig und er ist deshalb froh, durch seinen Kundenberater, Guido Huber, immer auf dem neusten Informationsstand zu sein.



Die Fingerabdrücke auf den Chromstahlstützen und Glaswänden in den Korridoren werden von der Reinigungsfachfrau Célia Marina Pott mit dem Glasreiniger TASKI Sprint Glass und dem Microfasertuch Jonmaster Pro Window schnell und mühelos entfernt.

Reinigungswagen die Unterhaltsreinigung beginnt. Für Roger Böni ist es ein grosser Vorteil, wenn das Reinigungspersonal vor Ort mit der Anwendung des Reinigungsmaterials geschult wird, und er erachtet dies als notwendig.

«Mein Ziel wäre es, diese Schulung zweimal jährlich durchzuführen. Die Mitarbeiter verstehen, wie sie mit vernünftiger Dosierung und richtiger Anwendung einen persönlichen Beitrag zur Werterhaltung beitragen können.»

Fachkompetenz, schnelle Lieferbereitschaft, gute Produkte zu fairen Preisen, das sind für ihn die ausschlaggebenden Eigenschaften eines Lieferanten. «Ich bin mit der persönlichen Beratung und Unterstützung meines Kundenberaters Guido Huber sehr zufrieden. Die langjährige Zusammenarbeit mit JohnsonDiversey war für mich für die Berechnung des Reinigungsmaterials und der Budgetplanung für den Neubau ein grosser Vorteil.»

Wir sind stolz, dass wir einen Teil dazu beitragen können, den hohen Anforderungen der FIFA zu entsprechen, und freuen uns umso mehr auf die bevorstehende Fussball-EM!