

WRP

Wäscherei + Reinigungs | praxis



Jesper Munch Jensen, Jensen-Gruppe Seite 22

Beste Technik für perfekte Hygiene.



DURCHLADE-WASCHMASCHINE | D-Y 1600

PROFIS WÄHLEN STAHL

Für die Wäschehygiene nach BGR 500 im Gesundheitswesen bietet DIVIMAT optimale Performance bei höchster Wirtschaftlichkeit – mit Fassungsgrößen von 14 bis 200 kg Trockenwäsche. Die ergonomische Durchlade-Waschmaschine für Infektionsschutz mit Trennwand wird jeder Raumsituation gerecht. Dafür stehen zahlreiche Größen und Bauarten zur Verfügung. Neben der Waschschräudemmaschine DIVIMAT D, die auf der gegenüber liegenden Seite entladen wird, findet die Eckvariante DIVIMAT S auch in engen Verhältnissen ihren Platz.



Waschmaschine
ATOLL (bis 115 kg)



Wäschetrockner
(bis 110 kg)



Muldenmangel
MASTER 1610



Hochleistungsfaltmaschine
STARFOLD



Faltmaschine
KOMBIFOLD

www.stahl-waeschereimaschinen.de

STAHL
WÄSCHEREIMASCHINEN

Jensen-Gruppe, Harsum

„2016 war das bisher aktivste Jahr der Jensen-Gruppe“

Firmenübernahmen und -beteiligungen, neue Produktionswerke, ein Joint Venture und im Geschäftsjahr 2016 auch noch einen Rekordumsatz von 318 Millionen Euro erzielt – die Jensen-Gruppe bestimmte jüngst regelmäßig die Nachrichten in der Branche. Anlass genug, uns mit Jesper Munch Jensen zu treffen, um die Ereignisse zu ordnen. „2016 war das bisher aktivste Jahr der Jensen-Gruppe, das ich bisher erlebt habe“, bestätigte der CEO der Gruppe im Interview des Monats.

WRP: Herr Jensen, die Jensen-Gruppe war in jüngster Zeit sehr aktiv. Unter anderem hat sie sich an der Firma Tolon beteiligt, zusammen mit der Firma ABS das Joint Venture Gotli Labs gestartet, außerdem in diesem Jahr den Zulieferer Sykom übernommen.

Jesper Munch Jensen: Weiter haben wir im letzten Jahr eine neue Fabrik, Jensen 3 auf Bornholm, gekauft und umgebaut, eine zweite Fabrik in China errichtet, unseren Vertrieb in Norwegen übernommen und eine neue Vertriebsgesellschaft in Dänemark aufgemacht – das alles in zwölf Monaten. Ich denke, 2016 war das bisher aktivste Jahr der Jensen-Gruppe, das ich bisher erlebt habe.

Die Jensen-Gruppe war in der Vergangenheit auch erfolgreich, weil wir komplementäre Produkte in unser Angebot integrieren konnten. Diese Strategie setzten wir mit der Beteiligung an Tolon fort. Die Firma mit Hauptsitz in Izmir in der Türkei vertritt seit vielen Jahren unser komplettes Großwäscherei-Sortiment im wachsenden türkischen Markt. Außerdem produziert das Unternehmen Waschmaschinen und Trockner bis 110 Kilogramm. Tolon hat diese Technik in den letzten Jahren sehr gut weiter entwickelt. Auch deshalb fassten wir den Entschluss, uns an der Firma mit 49 Prozent zu beteiligen und die Maschinen als Jensen Waschschleudermaschinen JWE und Trockner JTD in unsere Stand-Alone-Linie zu integrieren. Vertrieben wird diese Waschtechnik weltweit über unsere Sales and Service Companies – und das sehr erfolgreich. Ich bin über die Zustimmung aus dem Markt schon ein wenig überrascht, wir haben dieses Segment bisher ein bisschen unterschätzt.

„Eine Wäscherei muss immer als ein ganzheitliches System betrachtet werden.“

WRP: Jüngst wurde auch der Zulieferer Sykom übernommen...

Jensen: Die Nachfrage nach unseren Produkten ist weltweit gestiegen, zum Beispiel bei unseren Trocknern um 30 bis 40 Prozent. Die Aufgabe hier war: Wie kann bei einer gegebenen Produktionsfläche der Output erhöht werden? Wir haben deshalb investiert und die Prozesse optimiert.

Für diese neuen Abläufe und Strukturen ist eine hohe Verlässlichkeit bei unseren Lieferanten sehr wichtig, zum Beispiel hinsichtlich der Qualität der Vorprodukte. Einer dieser Lieferanten war Sykom. Als die Firma verkaufen wollte, gab es für uns die Gelegenheit, sie zu übernehmen. Jetzt firmiert sie als 100-prozentige Tochter als Jensen Components GmbH.

WRP: Im letzten Jahr hat die Jensen-Gruppe auch ein Joint Venture mit der Firma ABS gestartet. Welche Ziele hat das Gemeinschaftsunternehmen Gotli Labs?

Jensen: Ein Ziel von Gotli Labs ist, eine Anwendung bereit zu stellen, die das komplette Datenmanagement in Großwäschereien bewältigt. Bisher hat die Jensen-Gruppe hier auf ihre Software Cockpit gesetzt. Cockpit ermöglicht Echtzeit-Informationen in der Wäscherei. So kann der gesamte Wäschereiprozess überblickt und verfolgt werden. Außerdem liefert Cockpit eine Vielzahl an Produktionsstatistiken.

Das Production Information Management System von ABS hilft, die Effizienz der verfügbaren Ressour-

cen zu erhöhen, indem Personal und Ausrüstung geplant und gemessen werden. Außerdem ist es dafür ausgelegt, Zeit- und Anwesenheitsdaten aufzuzeichnen, um diese in ein Gehaltsabrechnungssystem zu exportieren.

Gotli Labs hat diese beiden Anwendungen in eine ganzheitliche Lösung für das Produktionsmanagement gebündelt. Sie heißt Globe. Mittels Datenerfassung, Produktionsvisualisierung sowie Zeiterfassung und -planung ist die Anwendung in der Lage, sämtliche Ressourcen einer Wäscherei wie Maschinen, Betriebsmittel, Energie oder Personal zentral zu verwalten.

Globe kann nicht nur Informationen zum Beispiel über die Verfügbarkeit der Technik liefern. Die Software stellt auch Daten bereit, mit denen eine Wäscherei unter anderem prüfen kann, welche Kunden optimal in die eigenen Prozesse passen. Globe schafft Transparenz. Auf dieser Basis können in einer Wäscherei optimale unternehmerische Entscheidungen getroffen werden, um sie produktiver und damit erfolgreicher zu machen.

WRP: Warum geht die Jensen-Gruppe im Bereich der Softwarelösungen diesen neuen Weg?

Jensen: Die Jensen-Gruppe ist kein Spezialist für Softwareentwicklung und -verkauf, dies ist ganz einfach nicht unser Geschäft. Themen wie Industrie 4.0, das Internet der Dinge etc. – diese Entwicklungen kann ein Unternehmen wie wir es sind nicht alleine bewältigen. Deshalb diskutierten wir schon länger, zusammen mit ABS eine Firma zu gründen, die auch für solche Trends Lösungen anbieten kann. ABS ist auch deshalb für uns ein perfekter Partner, weil das Unternehmen genau wie wir Wäschereien gesamtheitlich betrachtet und versteht.

WRP: Welche Bedeutung hat die RFID-Technik beim Thema Industrie 4.0 in der Textilpflegebranche?

Jensen: Wir müssen natürlich die RFID-Technologie integrieren können. Aber sie ist für unsere Prozesse in der Wäscherei nicht entscheidend. Für uns ist relevant, was in die Wäscherei kommt und wann es wieder beim Kunden sein muss. Dabei ist der Einsatz von RFID ohne Frage hilfreich, aber nicht notwendig.

RFID ist für mich viel mehr ein Thema für die Lagerbewirtschaftung. Es ist ein Werkzeug, um die Prozesse zwischen dem Textilservice-Unternehmen und seinen Kunden zu verbessern.

www.wrp-textilpflege.de

Jesper Munch Jensen

Zur Person

Jesper Munch Jensen ist seit 1998 CEO (Chief Executive Officer = Geschäftsführer; die Redaktion) der Jensen-Gruppe. Zu Beginn seiner beruflichen Laufbahn arbeitete er für die Swiss Bank Corporation als Wertpapiermakler an der Schweizer Börse. Nach Abschluss des MBA (Master of Business Administration) an der Lausanne Business School 1991 begann Jesper Munch Jensen seine Karriere in der Jensen-Gruppe als Assistent der Geschäftsleitung.



Für mich bedeutet Industrie 4.0, dass wir auch für unsere Branche die richtigen Algorithmen finden müssen, um aus der Menge an Informationen diejenigen herauszufiltern, die für unternehmerische Entscheidungen in der Wäscherei relevant sind. Das ist unser Bestreben beim Thema Industrie 4.0. Wir wollen nicht nur Daten generieren, wir wollen die richtigen Daten bekommen.

WRP: Während sich die RFID-Technologie in der Berufskleidung durchgesetzt hat, ist sie bei der Flachwäsche bisher weniger erfolgreich. Welche Gründe sehen Sie?

Jensen: Es gibt immer mehr Wäschereien, die auch bei der Flachwäsche die Vorteile der RFID-Technik sehen. Die Herausforderung ist auch hier die Aufbereitung der Daten, dafür braucht es eine noch größere Datenbank als bei Bekleidung.

Aber sicherlich wird sich die RFID-Technologie auch bei der Flachwäsche mehr durchsetzen. Nicht nur weil die Kosten für die notwendigen Transponder weiter sinken werden, sondern auch, weil die lückenlose Verfolgbarkeit der Wäsche immer mehr an Bedeutung gewinnt. Wäschereien geben für neue Wäsche durchschnittlich zwischen 10 bis 12 Prozent der jährlichen Gesamtinvestitionen aus. Wenn man diese Ausgaben für Wäsche dank RFID um 20 Prozent senken kann, dann ist das für eine Wäscherei schon sehr wesentlich. Sie kann das eingesparte Geld sicherlich viel besser für die Neukundengewinnung einsetzen. ➔



Die Jensen-Gruppe hat in die Produktionsstandorte investiert und die Prozesse optimiert. Im letzten Jahr erzielte das Unternehmen mit 318 Millionen Euro einen Rekordumsatz.

Man darf nicht vergessen, dass unsere Kunden ein sehr investmentintensives Geschäft betreiben. Sie müssen nicht nur in Wäsche investieren, sondern genauso in Maschinen und Prozesse. Diese Vorinvestitionen sind relativ hoch im Vergleich zum jährlichen Umsatz. So gewinnt eine optimale Lagerbelebung noch mehr an Gewicht.

„RFID ist für mich viel mehr ein Thema für die Lagerbewirtschaftung.“

WRP: Mit welchen weiteren Aufgaben beschäftigt sich die Jensen-Gruppe aktuell?

Jensen: Wir arbeiten kontinuierlich an der Weiterentwicklung der einzelnen Maschinen und der Systeme. Die Ziele sind, die Leistungsfähigkeit der Technik weiter zu steigern sowie ihre Verfügbarkeit noch weiter zu verbessern. Ein Beispiel: Mit der aktuellen Eingabemaschine Jenfeed Express können jetzt bis zu 1.400 Laken in der Stunde eingeben werden, früher waren es maximal 900 Stück. So ist jetzt eine Leistung möglich, für die in der Vergangenheit zwei Mangelstraßen notwendig waren. Die Leistungssteigerung hilft in der Folge nicht nur

Platz im Betrieb einzusparen, sondern genauso Personal.

Wir arbeiten sehr intensiv an unserem Qualitätswesen – nicht nur in unserem Vertrieb und Service, natürlich auch in unseren Produktionsstandorten. Das fängt an bei der Anlieferung der vorgefertigten Teile, geht weiter über die Qualitätskontrolle des fertigen Produktes bis hin zur Installation und dem Service der Technik. Natürlich dienen all diese Maßnahmen auch dazu, bei unseren Kunden eine maximale Verfügbarkeit der Technik zu gewährleisten.

WRP: Wenn heute Maschinen immer schneller werden, müssen auch die zu- und weiterführenden Prozesse entsprechend mitwachsen. Sonst entsteht im System ein Engpass.

Jensen: Das ist richtig. Eine Wäscherei muss immer als ein ganzheitliches System betrachtet werden. Prozesse müssen aufeinander abgestimmt sein, sie müssen effizient zusammen arbeiten. Als Komplett-

Interview des Monats

ausstatter für Wäschereien können wir nicht nur alle systemrelevanten Bestandteile liefern, sondern auch die einzelnen Prozesse optimal miteinander verbinden. Dabei vergessen wir auch nicht den Mitarbeiter mit seinen Ansprüchen, zum Beispiel hinsichtlich der Ergonomie.

Es geht in den Wäschereien heute um Produktivität, um Verfügbarkeit aber auch darum, die Dienstleistung möglichst umweltverträglich zu gestalten. Ressourcenschonung ist hier ein wichtiges Stichwort. Weil die Energiekosten in den letzten Jahren leicht zurück gegangen sind, beobachten wir auch, dass unsere Kunden das Energiethema nicht mehr absolut in den Fokus stellen.

WRP: Ein weiteres wichtiges Thema in den Betrieben ist die Investitionssicherheit. Was leistet hier die Jensen-Gruppe, um dies zu gewährleisten?

Jensen: Für unseren Kunden sind vor allem drei Aspekte wichtig: Sein Geschäft soll wachsen, er will Rendite erzielen und er möchte Sicherheit. Wir unterstützen ihn dabei nicht nur mit unseren technischen Lösungen. Die Jensen-Gruppe ist ein großes Unternehmen mit einer langen Tradition, bietet einen weltweiten Service und besitzt eine Firmenkultur, die den Kunden in den Mittelpunkt stellt. Natürlich machen auch wir Fehler. Aber wir lassen einen Kunden damit niemals allein. Diese Aspekte tragen zu einer hohen Investitionssicherheit bei.

WRP: Zur Philosophie des Herstellers Jensen gehört auch, dass die weltweiten Produktionsstandorte für alle Märkte produzieren, aber die Produkte über die Sales and Service Standorte lokal verkauft werden. Gilt dies auch für das Werk in China?

Jensen: Bis jetzt produzierte dieses Werk ausschließlich für den chinesischen Markt. Zukünftig werden wir von hier aus zusätzlich den weltweiten Vertrieb für unsere neue Linie ‚Alpha by Jensen‘ starten. Die Maschinen dieser Serie unterscheiden sich von unseren anderen Produkten nicht in der Qualität – für sie gelten in der Produktion die gleichen Standards –, aber in ihrem Leistungsvermögen sowie in der optionalen Ausstattung. So können wir diese Linie im Preis sehr attraktiv gestalten.

WRP: Auf welche Märkte beziehungsweise auf welche Kunden zielen Sie mit diesem Angebot?

Jensen: Weltweit bedienen wir sehr unterschiedliche Kundensegmente. Es gibt Betriebe, die täglich in drei Schichten arbeiten und solche, die mit einer

Schicht auskommen. Entsprechend differenzieren sie sich zum Beispiel in den Anforderungen an die Leistung der Technik. Mit der Alpha-Linie offerieren wir unseren Kunden neue Möglichkeiten. Gleichzeitig demonstriert die Jensen-Gruppe, dass sie nicht nur ein Premium-Hersteller ist, sondern das Portfolio Lösungen für unterschiedlichste Anforderungen bietet. Wir müssen immer das richtige Produkt anbieten können.

WRP: Die Jensen-Gruppe offeriert ihre Produkte und Lösungen weltweit. Wie stellt sich aus Ihrer Perspektive der Wettbewerb aktuell dar?

Jensen: In Europa sind vor allem die zwei Marktführer sehr stark. Aus meiner Sicht sind es auch die beiden Firmen, die in der Vergangenheit am meisten in ihre Entwicklung investierten. In den USA gibt es einige bedeutende Spieler. Außerdem gibt es chinesische sowie japanische Wettbewerber, die eher regional in Japan, Korea und Taiwan erfolgreich sind. Wenn man also den weltweiten Markt betrachtet, gibt es deutlich mehr Konkurrenz für uns als in Europa.

WRP: Wie war das Investitionsverhalten der Wäschereien im letzten Jahr?

Jensen: Wir haben im Geschäftsjahr 2016 einen Rekordumsatz von 318 Millionen Euro erzielt. In den letzten beiden Jahren sind wir um 30 Prozent gewachsen, 2016 um 11 Prozent – als Maschinenhersteller ist das absolut bemerkenswert. In Deutschland erreichten wir ein Wachstum von rund 33 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Wir gewinnen hierzulande Marktanteile, wir haben hier eine gute Vertriebsstruktur aufgebaut und investieren weiter in den Service. In der Gesamtbetrachtung können wir mit dem Investitionsverhalten der Wäschereien in 2016 nur sehr zufrieden sein.

WRP: In welche Bereiche beziehungsweise Prozesse wird in den Wäschereien in Deutschland schwerpunktmäßig investiert?

Jensen: Man kann schon feststellen, dass sich die Investitionen in Richtung Teilelogistik und Automatisierung konzentrieren. Es geht um einen effizienteren Wäschefluss in den Betrieben.

Der höchste Automatisierungsgrad wird in Europa verlangt, weil hier die Lohnkosten auch am höchsten sind. Es folgen Japan und Australien, dann die USA und Asien. Dabei lassen sich auch unterschiedliche Konzepte bei der Automatisierung unterscheiden. Denn in den USA sind in der Regel die Wäschevolu-

„Wir haben im Geschäftsjahr 2016 einen Rekordumsatz von 318 Millionen Euro erzielt.“

GLOBE
Gotli Labs Operational Business Expert

PERSONAL

- Personalplanung
- Zeiterfassung
- Export von Daten in das Lohnabrechnungssystem

PRODUKTION

- Erfassung von Anlagendaten:
 - Direkt über die Maschinen-SPS (bei Partnerlieferanten)
 - Mittels selbstentwickelter Lösung (andere Lieferanten)

LOGISTIK

- Chargenverfolgung
- Visualisierung

BERICHT-ERSTATTUNG

- Berichte
- Dashboards/Leistungskennzahlen
- Import von ERP-Daten aus der Wäscherei
- Rentabilität pro Kunde
- Export nach Excel

Gotli Labs

Globe ist eine ganzheitliche Anwendung für das Produktionsmanagement. Entwickelt wurde die Software von Gotli Labs, einem Joint Venture von Jensen und ABS.

„Wir waren in der Vergangenheit auch erfolgreich, weil wir komplementäre Produkte in unser Angebot integrieren konnten.“

men größer, die Wäsche wird im Pool eingesetzt und in den Wäschereien wird oft dreischichtig gearbeitet. Dagegen wird in Europa zum Beispiel die kundenbezogene Dienstleistung favorisiert. Aber ich denke schon, dass unsere Basisentwicklungen, die in Europa im Bereich der Automatisierung stattfinden, auch in allen anderen Märkten Einzug halten werden.

WRP: Sehen Sie in der Automatisierung auch das größte Einsparpotential in der Wäscherei?

Jensen: Definitiv. Die wesentliche Ursache für Automatisierung in den Wäschereien sind hohe Lohnkosten. So macht es keinen Sinn, zum Beispiel in Thailand eine vollautomatische Wäscherei aufzustellen. Ein weiterer Grund ist die Verfügbarkeit von Mitarbeitern. Für viele Wäschereien ist es schwieriger geworden, passendes Personal zu rekrutieren. Natürlich ist es beim Thema Automatisierung auch wichtig, welche Wäsche bearbeitet wird. Für standardisierte Wäsche sind automatisierte Prozesse einfacher zu realisieren, als wenn viele unterschiedliche Kategorien bearbeitet werden müssen.

WRP: Wird es irgendwann eine komplett automatisierte Wäscherei, also einen Betrieb ohne Menschen geben?

Jensen: Das glaube ich nicht. Ich kann mir zum Beispiel keine automatische Schmutzwäschesorierung vorstellen – das ist eine extrem schwierige Aufgabe. Gefordert ist hier eine Sortiergenauigkeit von 100 Prozent. Dies ist aus heutiger Perspektive technisch nicht lösbar. In jedem Markt existieren andere Bedingungen, zum Beispiel beim Wasser, bei der Chemie oder Wäsche. Auch solche Faktoren können eine solche Lösung unrealistisch machen. Weiter darf bei dieser Diskussion nicht vergessen werden, dass die Menschen, die heute in den Wäschereien arbeiten, in allen Märkten nicht sehr üppig entlohnt werden. Dort wo die Lohnkosten niedrig sind, machen die hohen Investitionskosten ein solches Projekt betriebswirtschaftlich unsinnig.

Trotzdem werden wir weiter an der Automatisierung der Wäschereien arbeiten. Deshalb benötigen auch die Wäschereien in Zukunft noch mehr Spezialisten, die Computer, Software und Automatisierung verstehen. Aus meiner Sicht muss deshalb auch die Ausbildung des Textilreinigers angepasst werden. Diese hat sich nicht mit der Branche entwickelt, orientiert sich schon heute nicht mehr an den Gegebenheiten des Marktes.

WRP: Im Wäschereimarkt in Deutschland schreitet die Konzentration weiter voran. Was bedeutet dies für den Technikhersteller Jensen?

Jensen: Natürlich steigen mit diesem Prozess auch die Anforderungen an uns als Hersteller und Lieferanten. Wir sitzen mit Großkunden am Tisch, sprechen dann über Jahreslieferungen, größere Mengen und größere Volumen. Hinzu kommt das Projektgeschäft, zum Beispiel wenn eine Wäscherei neu gebaut wird beziehungsweise zwei Standorte zusammen gelegt werden. Gleichzeitig bedeutet dieser Konzentrationsprozess, dass mit den steigenden Anforderungen immer weniger Produzenten mit im Spiel sind, die diese Aufgaben leisten können.

Der Konzentrationsprozess in diesem Markt wird weiter gehen. Es werden für Betriebe aber weiterhin Möglichkeiten in Nischen existieren. Übrigens sind es gerade die mittelständischen inhabergeführten Firmen, die große Investitionen in die Automatisierung ihrer Wäschereien leisten. Sie können Entscheidungen schneller treffen als die großen Unternehmen, stehen der Technik in ihrer Wäscherei nahe und sind auch bereit, hier größere Risiken einzugehen. Dagegen wollen die großen Gruppen mehr standardisieren, um beispielsweise Prozesse für Flach- und Gesundheitswäsche sowie Berufskleidung beliebig an verschiedenen Standorten duplizieren zu können.

WRP: Auf der einen Seite gibt es den Konzentrationsprozess, auf der anderen Seite wird die Wäsche in den Betrieben immer individueller.

Jensen: Das ist richtig. Aber auch für diese Entwicklung gilt die Regel: Man kann in einer Wäscherei rund 80 Prozent der Prozesse automatisieren, für 20 Prozent müssen individuelle Lösungen gefunden werden. Nach unserer Beobachtung ist diese Regel anwendbar für viele Wäschereien.

Grundsätzlich sollte jede Wäscherei immer wissen, was es bedeutet, wenn ein neuer Kunde in die Dienstleistung aufgenommen wird. Natürlich sind an dieser Stelle auch wir mit unserer Beratungsleistung gefordert. Unsere Spezialisten schauen in solchen Fällen immer zuerst, welche Wäsche muss in welchem Volumen verarbeitet werden? Ist es Pool- oder kundenbezogene Wäsche? Kann sie durch einen einzigen Prozess fahren? Oder ist es besser, wenn man bestimmte Kunden aus diesem Prozess herausnimmt und so die Produktivität um 20 bis 30 Prozent steigern kann? Zum Beispiel haben wir einen Kunden, der auf Hotelwäsche spezialisiert

ist. Für ihn haben wir eine Lösung entwickelt, die das Standardsortiment durch eine Hauptwäscherei führt, der Rest, zum Beispiel Spezialitäten wie Tischwäsche, kommt in eine integrierte kleine Wäscherei. Hier wurde ein Wäscherei-in-einer-Wäscherei-Modell realisiert.

Wenn unsere Mitarbeiter in einer Beratung unter anderem solchen Fragen nachgehen, dann wissen sie anschließend ganz genau, wie die Wäscherei aussehen muss, um den gestellten Anforderungen zu genügen. Im Ergebnis entstehen immer sehr unterschiedliche Lösungen, eben weil auch die Wäschereien sehr individuell sind.

WRP: Natürlich drängt sich abschließend die Frage auf: Wird die Jensen-Gruppe auch in 2017 wieder so umtriebig sein wie im letzten Jahr?

Jensen: In 2017 werden wir uns nach dem sehr aktiven letzten Jahr ein wenig zurücknehmen, uns konsolidieren. Wenn wir unseren aktuellen Umsatz in diesem Jahr wiederholen können, sind wir sehr zufrieden. □

„Der Konzentrationsprozess in diesem Markt wird weiter gehen.“

i Die Jensen-Gruppe

Die Firma Jensen wurde 1937 auf der dänischen Insel Bornholm gegründet. Im Jahr 1960 entwickelte Jørn Munch Jensen die erste Faltmaschine für Großwäschereien. Kurze Zeit später startete er den weltweiten Vertrieb der Maschine. Das Jensen Portfolio wurde 1973 mit der ersten Eingabemaschine und in den 1980er Jahren mit der ersten Mangel ergänzt.

In den 1990er Jahren kam die Formteile-Bearbeitung durch den Erwerb des Unternehmens Metricon Conveyor Systems hinzu. Jørn und Jesper Munch Jensen erweiterten die Jensen-Gruppe im Jahr 1998 mit dem Erwerb der Firmen Senkingwerk GmbH (Waschtechnik), Futurail (Hängebahnsysteme) und L-Tron (große Waschschleudermaschinen), um

als Gesamtanbieter für die Großwäschereiindustrie zu agieren.

Im Jahr 2000 fusionierte das Unternehmen mit IPSO-ILG. Es wurde eine Holding (LSG = Laundry System Group) geschaffen und das neue Unternehmen in einen Bereich für industrielle Großwäschereien (Jensen) sowie eine Sparte (IPSO), die für kleinere Waschmaschinen zum Beispiel für Waschsalons zuständig war, gegliedert. IPSO-ILG war an der Börse, deshalb ist auch Jensen seit 2000 an der NYSE Euronext in Brüssel notiert.

Im Jahr 2006 wurde IPSO-ILG an Alliance Laundry Systems verkauft, die Firma Jensen wurde zur JENSEN-GROUP. Heute ist die Familie Jensen wieder Hauptaktionär der Gruppe.