

WaschMal erhält Folgeinvestment von Miele Venture Capital

- Neuer Wäscheservice mit über 200 Partnern in mehr als 1.300 Städten
- Ambitionierte Ziele für weiteres Wachstum

Köln, 19. Februar 2019. Warum kann man sich in jedem Dorf online seine Pizza bestellen, findet aber keinen vergleichbaren Service für seine Wäsche? Dies fragte sich Stefan Büsemaker – und gründete den online Service WaschMal. Das Ziel des Unternehmens ist, Deutschlands erster flächendeckender Abhol- und Lieferdienst für Textilien und Wäsche zu werden. In 1.314 Städte wird der WaschMal Service bereits mit über 200 lokalen Partnern vor Ort täglich angeboten. Nächste Etappe ist die Versorgung ganzer Bürokomplexe. Zusätzlicher Rückenwind kommt dafür vom Hausgerätekonzern Miele: Der WaschMal-Gesellschafter der ersten Stunde hat jetzt sein Invest deutlich aufgestockt.

Wer hat schon Lust, wenn er beruflich eingespannt ist, seine knappe Freizeit mit dem Waschen und Bügeln seiner Oberhemden oder Blusen zu verbringen? Oder auf dem Weg ins Office oder nach Hause Umwege zur Reinigung einzuplanen und dort womöglich vor verschlossener Tür zu stehen? Vor beidem und noch viel mehr bewahrt WaschMal – denn hier können die Kunden in bislang einzigartiger Weise ihre Wäsche abholen, waschen und schrankfertig zurückliefern lassen. Bestellt und gesteuert wird bequem per App. „Zuverlässige und schonende Wäschepflege ist nicht nur logistisch anspruchsvoll, sondern auch Vertrauenssache“, sagt Gründer und CEO Büsemaker, „deshalb können unsere Kunden nicht nur ihren Wunschtermin selber auswählen, die transparenten Preise einsehen, sondern erhalten bei Fragen kompetente Unterstützung von unserem geschulten Servicepersonal.“

Im Sommer 2018 erweiterte WaschMal mit seinem personalisierten Unternehmensservice für Arbeitnehmer und Arbeitgeber seine Angebotsvielfalt für Abholung und Lieferung am Arbeitsplatz. Die Mitarbeiter zahlen weder Grundgebühren noch Lieferkosten und erhalten vergünstigte Preise. Abgeholt wird dabei bereits schon bei einer Bestellung ab einem Hemd. „In Zeiten zunehmenden Wettbewerbs um die besten Köpfe unterstützen Services dieser Art die Attraktivität des Arbeitgebers“, sagt Büsemaker. Genaue Konditionen und Informationen stellt WaschMal auf Anfrage gerne zur Verfügung.

Problemlöser im Alltag mit viel Potenzial

Von diesem Konzept zeigt sich auch Miele überzeugt, und ist – über seine Tochter Miele Venture Capital – sogar selbst als Gesellschafter eingestiegen. Nach erfolgreicher Testphase stockt der Waschmaschinen-Pionier sein Engagement weiter auf. Mit der Unterstützung des familiengeführten Global Players aus Ostwestfalen kann das junge Unternehmen aus dem Kölner Westen seinen Service nun flächendeckend ausbauen. „Für Vielbeschäftigte und Geschäftskunden in Deutschland ist das Geschäftsmodell von WaschMal ein echter Problemlöser mit viel Potenzial“, sagt Gernot Trettenbrein, Chef des Geschäftsbereichs Hausgeräte der Miele Gruppe und einer der drei Geschäftsführer der Miele Venture Capital. Dabei folge Miele seiner Strategie, auch den eigenen Kunden nicht nur erstklassige Hausgeräte anzubieten, sondern ganzheitliche Lösungskonzepte, etwa für die Wäschepflege, die sie so nirgendwo anders fänden. „Zugleich profitieren auch unsere gewerblichen Kunden, denn viele Textilreinigungen und Wäschereien, die mit WaschMal kooperieren, arbeiten mit Wäschereitechnik oder semiprofessionellen Waschmaschinen von Miele“, so Trettenbrein weiter.

Fokus auf Qualität in Zusammenarbeit mit lokalen Reinigungen

Die lokalen Partner, die mit WaschMal kooperieren, eröffnen sich ihrerseits einen digitalen Zugang zu attraktiven Kunden. Dadurch bietet sich ihnen die Chance den Kundenradius zu erweitern. Neben der Online-Plattform stellt WaschMal eine Verwaltungs- und Fahrerapp-Lösung für die optimale Planung der Fahrten und einen persönlichen Ansprechpartner bereit. „Unter fairen Bedingungen erweitern wir das Angebot für unsere Kunden und Partnerreiniger regional und täglich. Mit diesem Mehrwert harmonisiert WaschMal ein traditionelles Handwerk in das digitale Zeitalter“, resümiert Stefan Büsselmaier.

Kontakt:

Melissa Dowden, Leitung Marketing, presse@waschmal.com, waschmal.de