

Frischtex GmbH, Dortmund

# Jung, smart, dynamisch

Wie gründe ich eine Wäscherei? Diese Frage stellte sich Alborz Hosseini bereits als 19-Jähriger. Heute ist er 21. Ein junger Mann, der an seine Vision glaubt. Mit seiner Frischtex GmbH steht er in den Startlöchern, um Ziele zu erreichen. Scheitern ist für Hosseini keine Option.

**M**utig! Dieses Wort fällt in nahezu jedem Gespräch, das Alborz Hosseini mit Branchenexperten führt. Die Energie und Konsequenz, mit der er sein Frischtex-Konzept in die Wäschereiwelt trägt, beeindrucken selbst die Geschäftsführer von Konzernen – den ganz Großen im Geschäft mit Leasingtextilien und Berufsbekleidung. Zu ihnen nimmt er Kontakt auf, um sich in der Branche umzusehen, als er sich entscheidet, sich im Wirtschaftsfeld Textilservice selbständig zu machen. Er ruft einfach an und fragt: Darf ich mal vorbeikommen? Hosseini will wissen, wie diese industriell geführten Großbetriebe arbeiten, nachdem er bei seiner Recherche feststellt, dass diese den Berufsbekleidungsmarkt dominieren.

Das hatte sich der Student im ersten Semester „Management & Economics“ an der Ruhr-Universität Bochum anders vorgestellt. „Ich dachte immer, in einer Wäscherei werden ein paar Hemden gewaschen“, sagt er im Gespräch mit **R+WTextilservice**. „Dass in industriellen Großbetrieben Tonnen von Wäsche bearbeitet werden, hat mich überrascht und die Branche für mich noch spannender gemacht.“ Die ersten Kontakte zu Geschäftsführern namhafter textiler Dienstleister stärken seine Motivation. Dass diese überhaupt zum Dialog bereit sind, findet er bemerkenswert, keineswegs selbstverständlich. „Die dachten wahrscheinlich: Der Typ ist jung und hat Lust in eine Branche zu gehen, in die sich sonst niemand traut.“ Das habe ihm Türen geöffnet, seinen Horizont erweitert.

## Erst einmal klein anfangen

„Die Branche ist klein und kuschelig, aber keineswegs zu unterschätzen“, sagt



**Scheitern ist keine Option, aber auch keine Tragödie. Alborz Hosseini erbt den Pioniergeist seiner Mutter und wurde bereits mit 19 Jahren zum Gründer.**

Foto: Alborz Hosseini

Hosseini mit viel Respekt. Über die Kraft der Konzerne ist sich der wirtschaftsaffine Inhaber der blutjungen Frischtex GmbH im Klaren. Er weiß, welche Konsequenzen das für Mitbewerber kleinerer und mittlerer Wäschereien hat. Und dass die Wettbewerbssituation keineswegs immer kuschelig ist.

Es hindert ihn nicht, sich der Herausforderung zu stellen. Er steigt voll ein, mit Leidenschaft und jugendlicher Dynamik. „Warum gerade Berufsbekleidung?“, wollen wir wissen und Hosseini erzählt, wie er durch seinen Nebenjob auf dieses Segment textiler Dienstleistungen aufmerksam geworden ist. „Ich habe direkt nach dem Abi mein Studium begonnen und nebenbei für einen Personaldienstleister gekellnert. Da habe ich ziemlich schnell mitbekommen, dass Berufsbekleidung immer wieder ein kritisches Thema ist. Entweder stimmt die Qualität nicht oder die Logistik läuft nicht reibungslos. Das ist für die Dienst-

leister ein Problem, denn deren Kunden wollen natürlich Servicekräfte, die einen erstklassigen Eindruck machen.“ Schon bald reift in Hosseini die Geschäftsidee. Er will es besser machen und vor allem anders. Nicht als Sprinter, sondern mit Ausdauer. „Disziplin schlägt Talent“ ist seine Devise.

Sensibilisiert für Qualität in der Textilpflege ist er zudem durch seine Mutter. Tayebeh Sadeghi übernimmt neben ihrer Änderungschneiderei im Jahr 2015 eine klassische Textilreinigung in Dortmund. Und ihr Sohn mit dem Faible für Logistik entscheidet sich schließlich dafür, ein Leasingunternehmen für Berufsbekleidung zu gründen. Seine Mutter steht voll und ganz hinter ihm. „Meine Mutter hat schon immer meine Idee mitgetragen, mich nie gebremst. Du brauchst einfach so einen emotionalen Rückhalt, wenn du eine Vision verwirklichen willst“, sagt Hosseini mit hörbarer Wertschätzung. Seine Mutter sei eine echte Bauchgefühl-

stütze und eine bemerkenswerte Frau, die ebenfalls mit null angefangen habe und sich ihr Geschäft aufgebaut hat. Letztendlich seien Ziele durchaus ambitioniert, aber machbar.

Als Hosseini seinen Job bei dem Personaldienstleister kündigt, hat er bereits einen neuen Vertrag in der Tasche. Ab sofort wird er den ehemaligen Arbeitgeber mit Berufsbekleidung versorgen. Das ist die Chance zum Markteinstieg: Zunächst als Einzelunternehmen über den Betrieb der Mutter, bis er im Februar 2019 „Frischtex“ als 100-prozentige, eigenständige Gesellschaft gründet.

## Nicht ganz easy – aber machbar

„Abgesehen von den zahlreichen Gesprächen mit Vertretern der Branche hatte ich vorher einige Praktika in Wäschereibetrieben absolviert, um mir ein realistisches Bild vom Waschen von Berufsbekleidung zu machen“, erklärt er. Und ganz so einfach sei es anfangs auch nicht gewesen. Seine Kunden bemerkten das jedoch nicht.

„Mit dem ersten Auftrag standen wir plötzlich vor einem riesigen Berg von Wäsche. Wir mussten die Berufsbekleidung von etwa 400 Mitarbeitenden aufbereiten und brauchten dringend einen zuverlässigen Partner mit entsprechender Erfahrung und ausreichend Kapazität.“ Hosseini findet den passenden Wäschereipartner. Er selbst konzentriert sich auf die Logistik und nutzt die ersten sechs Monate seiner Selbständigkeit, um ein solides Businesskonzept zu entwickeln. In diesem Zeitraum gewinnt er zwei weitere Dienstleister als Kunden hinzu. Seine Servicepartner sind zufrieden und empfehlen ihn weiter. Im April 2018 startet er mit seiner eigenen, kleinen Wäscherei: Mit einer Waschmaschine und einem Trockner, einer Mangel und einem Bügeltisch – und seinem ersten selbst gestalteten Online-Auftritt.

## Keine Angst vor dem Scheitern

Die Homepage der Frischtex GmbH sei inzwischen „frischer“ und professioneller: richtungweisend für die Zukunft.

Hosseini ist durch und durch Optimist, vor allem aber Realist. Der Marktauftritt muss stimmen, weiß er. Auch damit will er sich vom Wettbewerb abheben. Die Entwicklung seines Unternehmens, mit dem Ziel, sich letztendlich wieder auf Logistik zu spezialisieren, sei ein kontinuierlicher Prozess. Sein Konzept stellt er immer wieder auf den Prüfstand, um an den richtigen Stellen nachzuzustieren. Seine wichtigste Ressource: „Ich habe keine Angst vor dem Scheitern.“ Diese Grundhaltung habe er von seiner Mutter geerbt. Der Pioniergeist liege in der Familie, sagt der wohl jüngste Unternehmer im Wirtschaftsfeld Textilservice, der nicht in die Branche hineingewachsen ist. „Wenn ich mich erst einmal festgebissen habe, gebe ich nicht so schnell auf.“ Das sei ohnehin keine Option, aber am Ende auch keine Tragödie.

Was es bedeute, selbständig oder Unternehmer zu sein, weiß er seit seiner Kindheit. „Alle in unserer Familie waren oder sind selbständig: Großväter, Onkel und Tanten. Schon als Sechsjähriger habe ich mit Hingabe Quittungsblocks abgestempelt und mit 16 wusste ich, dass ich mein eigenes Unternehmen gründen will. Nicht nur um Geld zu verdienen, sondern, um etwas aufzubauen.“

Hosseinis Art ist erfrischend, sein Auftritt gepflegt und souverän. Er macht es den Menschen leicht, mit ihm ins Gespräch zu kommen. „Ich bin total beeindruckt und dankbar für diese Offenheit“, sagt er. „Jeder, den ich kennengelernt habe, hat mir geholfen. In diesem Punkt ist die Branche außergewöhnlich und verdient ein riesiges Lob.“

## Schnell in der Branche angekommen

Hosseini, mittlerweile im fünften Semester seines Wirtschaftsstudiums, ist blitzschnell in der Branche angekommen. Mit der Frischtex GmbH hat er ein neues, junges Unternehmensprofil geschaffen, das sich sehen lassen kann – auch online. Aufträge anzunehmen, die andere nicht mehr haben wollen, sei kein Problem. „Wir sind ja noch am Anfang und freuen uns über jeden Kunden. Dass wir flexibler sind als viele anderen, ist unsere Stärke als kleine Wäscherei und Anbieter

von Berufsbekleidung, die wir verkaufen oder als Miettextilien zur Verfügung stellen.“ Die logistischen Schwachstellen anderer, insbesondere der Konzerne, will er nutzen, um sich langfristig als smarter, digitaler Dienstleister zu positionieren, was heißt: die Probleme von Marktpartnern einfach und flink zu lösen. Auf regionaler Ebene hat sich das Frischtex-Konzept der schnellen und zuverlässigen Verfügbarkeit bereits bewährt.

Das heute sechsköpfige Team ist eingespielt. Die meisten der Mitarbeitenden stammen aus der Branche und sind echte Allrounder. „Wir waschen, verkaufen oder vermieten nicht nur, sondern beraten unsere Kunden bei der Auswahl der geeigneten Bekleidung für ihren Industrie- oder Handwerkszweig. Mich mit dem Wäscherei- und Berufsbekleidungsmarkt vertraut zu machen, war für mich die größte Hürde.“ Hosseini ist kein Einzelkämpfer, er holt sich von Anfang den Rat von Experten: von Unternehmensberatern, Marketingexperten, Branchenprofis oder aus der Maschinenindustrie.

Auf dem DTV-Jahreskongress 2019 zeigt er als digital orientierter Newcomer Flagge. In der Diskussion über „New-Learning“ erhält er prompt eine hohe Aufmerksamkeit. Auf seine Frage „Wie lerne ich waschen?“ habe er weder auf YouTube noch auf anderen Social-Media-Kanälen oder digitalen Plattformen Informationen gefunden. Es gebe keinerlei Lernvideos zu der Arbeit in einer Wäscherei. Das sei definitiv nicht zeitgemäß, v.a. wenn die Branche junge Menschen erreichen und Fachkräfte gewinnen wolle.

Hosseini ist hoch motiviert, an der digitalen Kommunikation und Weiterentwicklung der Branche mitzuwirken. Darüber redet er gern und aktiv mit anderen Jungunternehmern im AKJ, den Kollegen im Landesverband NRW oder im Bundesverband DTV. Sich auf Verbandsebene zu engagieren, ist für ihn selbstverständlich. Die Branche habe ihm so viel gegeben, nun wolle er etwas zurückgeben. Hosseini ist der geborene Netzwerker auf allen Ebenen – ein „Digital Native“ eben.

**Gabriele Rejschek-Wehmeyer**  
[www.frischtex.de](http://www.frischtex.de)