

- 75 Jahre Enzler
- Strategie 2010
- Der neue Markenauftritt
- Willkommen bei Enzler

# enzler 75 Jahre



## EDITORIAL

Sehr geehrte Geschäftspartnerinnen  
 Ich freue mich, Ihnen den ersten ENZD in neuem Kleid vorzustellen. Pünktlich zu unserem Jubiläum haben wir die 25. Ausgabe einem Faceliftting unterzogen und unser Corporate Design komplett neu gestaltet. Für unsere Internetside, unsere Kundenbroschüren und Werbematerialie haben wir eine neue Botschaft kreiert. Diese soll Sauberkeit, Frische, Hygiene und ein modernes Image darstellen. Ich hoffe, dies ist umsetzbar und der neue Auftritt kommt Sie im Zweifel auch weiter als Ihnen dienlich. Denn diese unser Unternehmen trotz über 75-jähriger, stetiger und bewährter Verbindungen ist. Wir haben im ersten Halbjahr 2010 mehr verändert als in den letzten fünf Jahren zusammen. Mit einer neuen Strategie und neuen Angeboten wollen wir die Zukunft in Angriff nehmen. Unverändert bleibt unsere Zielsetzung, Ihnen eine moderne, konkurrenzfähige und kostengünstige Dienstleistung anzubieten. Ich danke Ihnen für Ihre Treue und Ihre Zusammenarbeit.

Karl Enzler  
 Inhaber und Geschäftsführer  
 Enzler Reinigungen AG

## Enzler Reinigungen – 75 Jahre im Dienst der Sauberkeit

Enzler Reinigungen wird mittlerweile bereits in der dritten Generation geführt. In seinem Beitrag schildert Karl Enzler III. die Firmengeschichte des Traditionsunternehmens – vom Einmannbetrieb hin zu einem der grössten Reinigungsunternehmen der Schweiz.

1935 hatte mein Grossvater Karl Enzler I. die Idee, wahrscheinlich aus der wirtschaftlichen Not heraus, ein Reinigungsunternehmen zu gründen. Er kaufte ein Fahrrad, eine Leiter und Geräte, um Schaufenster zu reinigen. Damit fuhr er in der Stadt Zürich herum, von Geschäft zu Geschäft, von Schaufenster zu Schaufenster. Die Dienstleistung stiess auf Interesse und bald schon konnte er die Belegschaft ausbauen und weitere Fahrräder anschaffen. Das Angebot umfasste kurz darauf nicht nur Fenster-, sondern auch Baureinigung. 1939 wurde die Firma überraschend offizieller Reinigungsdienst der Schweizerischen Landesausstellung in Zürich und erlebte schon nach vier Jahren einen markanten Wachstumsschub. Die Landi in Zürich war der erste Auftrag im Bereich der täglichen Unterhaltsreinigung. Obwohl durch den Zweiten Weltkrieg wirt-

schaftlich schwierige Zeiten kamen, konnte die noch junge Firma weiterexistieren und sich entwickeln. Ende der fünfziger Jahre übernahm mein Vater Karl Enzler II. die Führung der damals noch kleinen Firma und baute parallel dazu eine Kleiderreinigung und eine Hemdenwäscherei auf. Das Geschäft florierete und er brachte es bis auf zwölf Niederlassungen in der Stadt Zürich und Umgebung. Kleider- und Gebäudereinigung hatten jedoch nicht viele Gemeinsamkeiten und nach rund 15 Jahren wurden die Kleiderreinigung und die Wäscherei an eine grössere Gruppe verkauft. 1964 wurde unser Unternehmen erneut offizieller Reinigungsdienst an der Expo in Lausanne. Für damalige Verhältnisse und für das Reinigungsgewerbe war dies ein riesiger Auftrag, mitten in der Zeit des grossen Baubooms und der Hochkonjunk-

tur. Da es in diesen Jahren schwierig war, Personal zu finden, begannen immer mehr Firmen ihre Reinigung auszulagern. Das Outsourcing begann schlagartig zu blühen. Wir sind sehr stolz, dass wir heute noch Kunden und Reinigungsverträge aus den sechziger Jahren haben. Eine Kundentreue, die fast 50 Jahre anhält, ist in der heutigen Zeit keine Selbstverständlichkeit mehr.

1993 habe ich die Geschäftsleitung von meinem Vater übernommen. Seither ist das Unternehmen kontinuierlich gewachsen und wir konnten uns geographisch wie auch in der Breite des Angebots weiterentwickeln. Heute reinigen wir neben Büro- und Verkaufsflächen auch Spitäler, Reinräume, Nahrungsmittel- und Pharmaproduktionen, Hotels, Hallenbäder und Fitnesscenter, Reinwasser- und Dampfkreisläufe.

### DRECK UND SCHMUTZ WIRD ES IMMER GEBEN

Wenn mich jemand fragt, was und wo ich arbeite, antworte ich, dass ich reinige oder putze. Darauf wird einem meistens ein mitleidiges Lächeln geschenkt, da Putzen ja nicht das höchste Sozialprestige genießt. Sehr oft höre ich die Antwort: >

P.P. 8027 Zürich

«Ihnen muss es ja immer gut gehen, denn Dreck und Schmutz wird es immer geben.» Dies ist auch tatsächlich ein Garant unserer Branche, da es auch in Zukunft immer etwas zu reinigen geben wird. Von Vorteil ist auch, dass man unsere Dienstleistungen nicht in Billiglohnländer auslagern kann, sondern dass sie vor Ort erbracht werden müssen. Leider kann ein Unternehmen nicht direkt von Schmutz leben, sondern nur von den Aufträgen seiner Kunden, diesen zu entfernen. Und da beginnt die eigentliche Herausforderung. Ein Reinigungsunternehmen zu gründen, braucht einen kleinen Aufwand, kleine Investitionen und ein relativ geringes Wissen. Dies sieht man auch gegenwärtig an der Anzahl unserer Mitbewerber. Allein im Kanton Zürich sind über 300 Reinigungsunternehmen im elektronischen Telefonbuch aufgeführt, wovon nur gerade 71 dem Branchenverband angehören. Wir können uns also nicht über mangelnde Konkurrenz beschweren.



Perfekter Service zu Beginn der siebziger Jahre

Immer wichtiger wird daher, sich zu überlegen, was eigentlich die Kernkompetenzen eines Reinigungsunternehmens sind und wie man sich von der grossen Anzahl Mitbewerber unterscheiden oder sogar abheben kann.

Auch heute noch ist Reinigung eine vorwiegend manuelle Tätigkeit mit einem geringen Automationsgrad. Seit einiger Zeit werden Reinigungsroboter entwickelt. Staubsauger, die unbemannt durch Bürolandschaften fahren oder Maschinen, die selbständig die Fassade hoch- und runterfahren. Ein brauchbares Modell, das das Prototypstadium überschreitet und eine Reinigungsperson ersetzen kann, gibt es zurzeit jedoch nicht. Wir arbeiten mehr-

heitlich immer noch mit den gleichen Hilfsmitteln wie vor 30 Jahren.

Die Reinigungstätigkeiten werden heute zu 90% von ausländischen Arbeitskräften durchgeführt. Wir beschäftigen in unserem Unternehmen Mitarbeiter aus 43 Nationen und entsprechend verschiedenen Kulturen. Da Sauberkeit und Hygiene auch einer kulturellen Einschätzung und Bewertung unterliegen, ist der soziokulturelle Aspekt für uns lebenswichtig. Aus diesem Grund gehört neben der Reinigungstechnik auch der Umgang mit Menschen aus unterschiedlichen Herkunftsländern, Sprachregionen und Kulturen zu unserem Kerngeschäft. Die angepasste Kommunikation und die Personalführung spielen daher in einem multikulturellen Unternehmen eine entscheidende Rolle.

### ERFOLGSFAKTOR UNTERNEHMENSKULTUR

In Dienstleistungsunternehmen werden neben technischen Fähigkeiten die menschlichen Aspekte immer wichtiger. Eine gute Sozialkompetenz ist daher immer mehr gefragt. Dieses Thema stellt meiner Meinung nach drei Anforderungen an ein Unternehmen, die massgeblich zum Erfolg beitragen:

#### 1. Eine Firma muss ein Gesicht haben.

Hört er den Namen Enzler Reinigungen, muss der Kunde ein Gesicht vor Augen haben. Nicht die Farbe eines Autos oder ein Logo machen eine Firma sympathisch, sondern es sind bekannte Persönlichkeiten, die sich mit der Firma identifizieren. Dies kann ein Reinigungsmitarbeiter, ein Kundenbetreuer, ein Geschäftsleitungsmitglied oder der Inhaber sein. Damit eine optimale Kundenbeziehung auf einer gemeinsamen Vertrauensbasis aufgebaut werden kann, braucht es personelle Kontinuität. Ich bin überzeugt, man zeigt mehr Treue gegenüber einer Person als gegenüber einem Produkt oder einem Namen. Wir bemühen uns daher, Mitarbeiter möglichst lange in unserem Unternehmen zu halten, auszubilden und zu fördern.

#### 2. Eine Firma muss eine Kultur haben.

Die Definition von Firmenkultur als die Summe aller Selbstverständlichkeiten in einem Unternehmen finde ich sehr passend und verständlich. Wie bereits erwähnt, arbeiten in unserem Unternehmen Mitarbeiter aus über 40 Nationen, verteilt



Reinigung mit Stil: im Auftrag von IBM, Mitte der sechziger Jahre

auf über 600 Arbeitsorte pro Tag. In einer solchen Organisation müssen die Selbstverständlichkeiten allen Mitarbeitern bekannt sein. Darum legen wir grossen Wert darauf, unsere Firmenkultur allen Mitarbeitern verständlich zu machen. Werte wie Freundlichkeit, Pünktlichkeit und Sauberkeit müssen definiert und von den Mitarbeitern verstanden werden. Es braucht Jahre, um eine Firmenkultur aufzubauen und zu etablieren. Mit ihr richtig umzugehen, ist eine anspruchsvolle Aufgabe, die der Firmenleitung bewusst sein muss. Darum ist das Thema Firmenkultur seit mehreren Jahren fester Bestandteil in jedem Ausbildungsprogramm unserer Unternehmung.

#### 3. Eine Firma muss einen Geist haben.

Jede Firma braucht intern etwas Verbindendes, das die einzelnen Organe zu einer Einheit zusammenschweisst. Der Geist, der dem Ganzen das Leben gibt. Der englische Ausdruck «Spirit» oder «Team Spirit» wird häufig dafür verwendet. Eine Firma, die als Ganzes lebt, ist einem Konglomerat von Einzelgruppen, die zufällig dem gleichen Besitzer gehören, überlegen. Zu diesem Firmengeist gehört auch die Leidenschaft, mit der man eine Dienstleistung erbringt. Diese Leidenschaft muss der Kunde spüren.

Nichts beeinflusst den Firmengeist stärker als der Umgang mit Erfolg und Miss-

erfolg. In Augenblicken des Erfolgs hat man eine grosse Chance, den Firmengeist zu stärken.

Leidenschaft benötigt man aber auch in Momenten des Misserfolgs. Jedes Traditionsunternehmen kennt diese schwierigen Perioden. Auch unser Unternehmen hat solche Zeiten des Misserfolgs erlebt. Kunden, die wir verloren haben. Aufträge, die Mitbewerber erhielten. Mitarbeiter, die abgesprungen sind, oder Mandate, bei denen wir Geld verloren haben. Durch unseren Willen, unabhängig von fremden Kapitalgebern zu bleiben, und eine grosse Portion Leidenschaft für unsere Tätigkeit konnten wir diese Klippen jeweils unbeschadet umschiffen.

Ich glaube, die Fähigkeit, nicht nur Erfolge zu feiern und zu geniessen, sondern auch schwierige Zeiten mit Leidenschaft und Leidensbereitschaft zu meistern, geht heute vielen Unternehmen verloren.

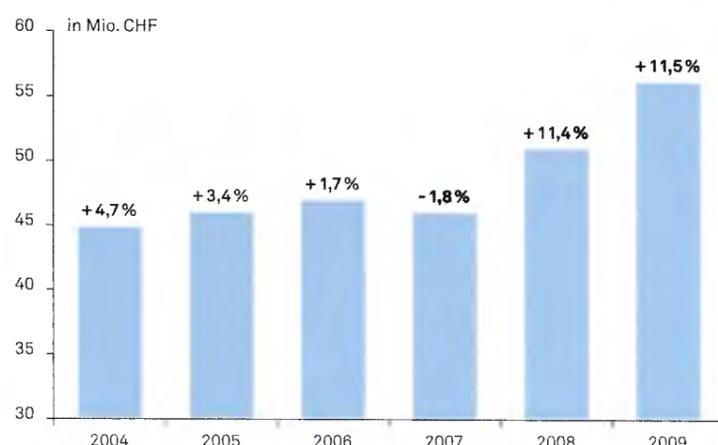
Wir wollen uns auch in Zukunft nicht verstecken und unseren treuen Kunden und Geschäftspartnern unser Gesicht zeigen. Wir wollen unsere Firmenkultur, die einem innovativen Dienstleister entspricht, weiter stärken. Ich hoffe, unsere Kunden, Geschäftspartner und Mitarbeiter spüren den Geist und die Leidenschaft, die in unserem Unternehmen stecken. Ich weiss, es ist noch nicht alles perfekt, aber ich versichere Ihnen, mein Managementteam und ich arbeiten daran.

## Enzler-Gruppe im Aufwind

Das Geschäftsjahr 2009 der Enzler-Gruppe war ein erfolgreiches Jahr. Mit den vier Firmen Enzler Reinigungen AG, Enzler Hospital&Lab AG, Beratherm AG und Vitsolnet SA konnte der Umsatz von 51,4 auf 57,3 Millionen CHF gesteigert werden. Dies entspricht einer erneuten Zunahme von 11% gegenüber dem Vorjahr. Durch Lohnerhöhungen und Investitionen in Ausrüstungen für Neuaufträge stiegen die Kosten um 13%. Der EBIT war dadurch leicht rückläufig. In einem Jahr, in dem

viele Firmen von Krise sprachen, sind wir mit diesem Resultat durchaus zufrieden. Für das laufende Jahr sind wir optimistisch, die anvisierten Ziele und Vorgaben ebenfalls erreichen zu können. Wir planen ein weiteres Wachstum von knapp 10%. Mit unserer neuen strategischen Ausrichtung sind wir überzeugt, unseren Kunden die besten Dienstleistungsangebote in der gewünschten Form auch in erweiterten Bereichen der Hygiene anbieten zu können.

### KONSOLIDIERTER UMSATZ 2004 BIS 2009



## Strategie 2010 – auf dem Weg in ein neues Jahrzehnt

Trotz unseres Jubiläumjahres wollen wir nicht in der Vergangenheit stehen bleiben. Auch wir haben uns überlegt, wie wir die Zukunft anpacken wollen und wo wir zukünftig unsere Stärken ausspielen und Schwerpunkte setzen wollen.

Letztes Jahr haben wir unsere Strategie neu definiert und werden dieses Jahr mit der Umsetzung beginnen. Wir wollen Know-how Leader im Bereich Hygieneservices werden. Die Reinigungsbranche entwickelt sich zur Facility-Services-Branche. Wir wollen neue Wege beschreiben. Als Hygieneservice-Anbieter offerieren wir die folgenden Dienstleistungen: Hygiene nicht nur verbessern, sprich reinigen, sondern Hygiene auch wissenschaftlich messen, verstehen, überprüfen, validieren und monitoren. Wir erstellen für den Bereich Hygieneservices Ausbildungskonzepte und können unsere Kunden auf diesem Gebiet kompetent beraten.

Dies bedeutet eine Konzentration auf anspruchsvolle Reinigungsarbeiten. Wir wollen verstehen, wie man Keimverschleppung verhindern kann, mit welchen Produkten und Techniken man in der Nahrungs- und Pharmaproduktion am besten reinigt. Auch kennen wir das Verhalten von Oberflächen gegenüber Desinfektionsmitteln und wissen, welche Oberflächen hygienisch optimale Eigenschaften besitzen.

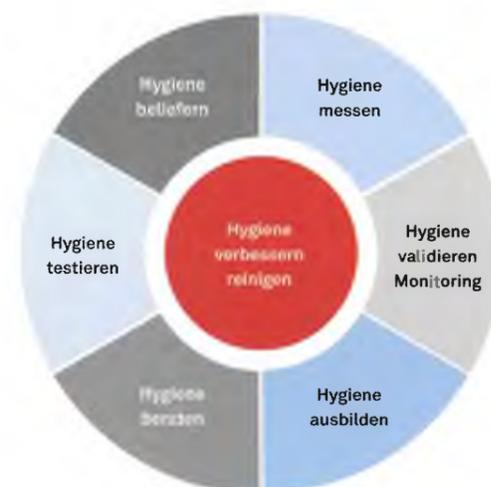
Wir wollen unsere bewährten Dienstleistungen für bestehende Kunden wie bisher optimal erbringen. Unser Unternehmen ist für diesen strategischen Schritt gut positioniert, da Qualitätsarbeit schon immer

unsere oberste Maxime war und wir uns seit einigen Jahren zum Ziel gesetzt haben, die besten Leute der Reinigungsbranche zu beschäftigen. Wir sind überzeugt, dass eine höhere Wertschöpfung durch spezialisierte Reinigungsaufgaben und Hygieneserviceleistungen erreichbar ist. Die Anforderungen an die Reinigungstätigkeiten werden dadurch zwar anspruchsvoller, aber dank gesteigerter Kompetenz werden wir ihnen gelassen begegnen können.

Um das Ziel zu erreichen, Know-how Leader im Bereich Hygieneservices zu werden, bauen wir in Pratteln für die ganze Enzler-Gruppe ein neues Kompetenzzentrum «Hygiene» mit einem eigenen Labor. Wir beschäftigen promovierte Spezialisten aus den Bereichen Mikrobiologie, Chemie, Lebensmittel- und Werkstofftechnologie. Wir erarbeiten Hygieneangebote, die weit über die Reinigung hinausgehen. Diese Angebote umfassen Messungen, Beratung,

Monitoring, Ausbildung etc. Wir bilden unser Kader und unsere Mitarbeiter vermehrt im Bereich der anspruchsvollen Hygieneservices und auf Spezialgebieten wie Reinräume, Produktionsanlagen und Wasserversorgung aus.

### ENZLER-STRATEGIE 2010



## Pünktlich zum Jubiläum – der neue Markenauftritt von Enzler

Pünktlich zum 75-Jahr-Jubiläum von Enzler Reinigungen hat Wirz Corporate den neuen Gesamtauftritt für das inhabergeführte Traditionsunternehmen entwickelt. Michel Reichmuth, Leiter Brand Identity bei Wirz Corporate, erklärt im Interview mit ENZO die Hintergründe.



Michel Reichmuth, Leiter Brand Identity, Wirz Corporate

**Herr Reichmuth, was war der Auslöser für die Neukonzeption des Markenauftritts von Enzler?**

Grundlegend ist es sicher so, dass der frühere Auftritt von Enzler de facto in die Jahre gekommen war und dem Zeitgeist wie auch den Ansprüchen eines führenden Unternehmens der Reinigungsbranche nicht mehr genügte. Genauso wichtig

war jedoch der strategische Entscheid von Enzler, sich konsequent auf das Thema Sauberkeit und Hygiene zu konzentrieren und entsprechende Kompetenzen in Form von Beratung, Konzeptentwicklung, Messung und Testierung von Sauberkeit für verschiedenste Zielgruppen aufzubauen. Der aktualisierte Markenauftritt wird diesem Vorhaben mit Sicherheit gerecht, indem er die angestrebte Positionierung als Know-how Leader im Hygiene- und Reinigungsbereich vollumfänglich unterstützt.

**Welches waren die wichtigsten Teilprojekte im Rahmen der Neukonzeption?**

In einem ersten Schritt haben wir die Gesamtanmutung des neuen Markenauftritts unter Einbezug des vom Designer Club ausgearbeiteten Logos entwickelt. Dabei galt es nicht nur die strategische Neuausrichtung von Enzler zu berücksichtigen, sondern auch das «Bauchgefühl» des Kunden zu treffen. Die Bildwelt haben wir zusammen mit dem Fotografen Stefan Knecht bei Kunden von Enzler realisiert. Mit diesen «Zutaten» ging es dann an die Gestaltung der Layouts der Basiskommunikationsmittel. Dazu zählten eine neue Unternehmensbroschüre, ein Anzeigenkonzept, die komplette Überarbeitung der Website, die Gestaltung der Fahrzeugflotte und natürlich auch die Neugestaltung des ENZO. Sämtliche Print- und Online-Medien wurden dabei nicht nur neu gestaltet, sondern auch neu strukturiert und inhaltlich überarbeitet und ergänzt.

**Die Umsetzungen wurden innerhalb weniger Wochen realisiert. Wie war das möglich?**

**Die Umsetzungen wurden innerhalb weniger Wochen realisiert. Wie war das möglich?**

Vorgabe war, die wichtigsten Basiskommunikationsmittel auf das 75-Jahr-Jubiläum im Juni hin fertig zu stellen. Dass dies möglich war, lag aber nicht nur an der speditiven Arbeitsweise von Wirz Corporate, die Prozesse und Entscheidungswege auf Kundenseite waren genauso massgebend. Das persönliche Engagement und Commitment von Karl Enzler war diesbezüglich vorbildlich und hat eine Realisation in so kurzer Zeit erst möglich gemacht.

**Welche Arbeiten stehen noch an?**

Nur die Broschüren zu den einzelnen Angebotssegmenten befinden sich noch in der Pipeline. Wir werden Enzler Reinigungen jedoch weiterhin als Full-Service-Agentur in sämtlichen Kommunikationsbelangen begleiten – denn darauf gilt es nach Abschluss eines Rebranding-Projekts jeweils das Hauptaugenmerk zu richten. Und mit dem im Projektverlauf erarbeiteten Branchen- und Fachwissen sind wir sicherlich der richtige Partner.

**Markenentwicklung und Brandingprozesse kosten Geld. Wie rechnet sich das?**

Eine gezielte Investition in das Brand Design trägt dazu bei, dass die gesamte Kommunikation mehr Wirkung erzeugt, weil die Botschaften einen klaren, eigenständigen und wiedererkennbaren Rahmen erhalten. Einfache und doch nachhaltige und eigenständige Brand-Design-Lösungen wie wir sie für Enzler Reinigungen entwickelt haben, helfen ausserdem, Zeit und Kosten bei den effektiven Kommunikationsmassnahmen – beispielsweise in der Produktion – zu sparen. Der Return on Investment ist also absehbar.

**Welchen Stellenwert hat das Projekt für Wirz Corporate?**

Das Mandat hat aus unserer Sicht nicht nur eine ideale Grösse, sondern es bietet uns auch die Möglichkeit, auf der gesamten Klaviatur der Kommunikation zu spielen und unsere entsprechenden Stärken im Bereich Corporate Communications, Branding und Publishing unter Beweis zu stellen.



## Das neue Firmenlogo von Enzler

Die Neugestaltung eines Logos ist immer ein Schritt in die Zukunft, ein Zeichen für Veränderung. Dies erfordert Mut. Wenn sich ein Unternehmen nach langer Zeit dazu entschliesst, etwas derart Vertrautes zu ändern, möchte es auch den perfekten Partner für diese Aufgabe auswählen. Denn es erfordert Vertrauen in diejenigen, welche ein solches Redesign gestalten.

Die Herausforderung liegt darin, neu definierte Ziele eines Unternehmens auszudrücken und gleichzeitig bereits Erreichtes gebührend zu erwähnen. An diese Herausforderung sind wir mit Respekt herangegangen. Wir haben



Reto Gehrig, Geschäftsführer  
Designers Club

versucht, die Erfahrung und die Werte eines erfolgreichen Unternehmens zu definieren und diese zeitgerecht visuell umzusetzen, ohne Vergangenes einfach zu übergehen. Enzler ist ein erfolgreiches und multikulturelles Unternehmen, welches in Zukunft anspruchsvolle Reinigungs- und Hygienesdienstleistungen anbieten will. Bereiche, die ein grosses Know-how voraussetzen.

Um das Unternehmen Enzler in seiner ganzen Bandbreite besser zu umschreiben, wählten wir den Claim «Unternehmen Sauberkeit». Damit wird auch das Team miteinbezogen, die Mitarbeiter, die den Erfolg des Unternehmens über-

haupt erst ermöglicht haben. Der Claim ist ausbaufähig, falls sich das Unternehmen weiteren Kernkompetenzen zuwendet und diese beherrscht.

Als wir mit dieser Evaluation fertig waren, gingen wir daran, das, was wir in der Theorie herausgefunden hatten, konkret umzusetzen und das neue Logo zu gestalten. Natürlich schauten wir, dass das neue Logo an das alte erinnert, denn schliesslich sollte der Wiedererkennungswert gewährleistet sein. Die Hauptform, das Dreieck, haben wir neu umgesetzt: dynamischer, klarer, zeitgenössischer. Als wir daran gingen, die perfekte Farbe zu suchen, landeten wir relativ schnell bei der Farbe Silber. Mit dieser Farbe verbinden wir eindeutig Sauberkeit und Hygiene. So entstand das neue Logo der Enzler Reinigungen AG.

### DIE WEITERENTWICKLUNG DES LOGOS



## Willkommen bei Enzler

Wir stellen drei neue Kadermitarbeiter vor.



Roger Eichenberger



Dr. Christoph Rockel



Martin Stierli

### ROGER EICHENBERGER

Wir freuen uns, mit der Anstellung von Herrn Roger Eichenberger einen ausgewiesenen Fachmann als Geschäftsführer der Hospital & Lab AG gewonnen zu haben. Er hat sich nach der Grundausbildung als diplomierter Gebäudereiniger bis zum Master in Facility Management weitergebildet, und als ehemaliger Geschäftsführer in einem grossen Gebäudereinigungsunternehmen

kennt er unsere Branche bestens. Er hat seine Stelle am 1. Juni 2010 angetreten und möchte die Hospital & Lab AG nicht nur erfolgreich weiterführen, sondern auch ein Wachstum erzielen.

### DR. CHRISTOPH ROCKEL

Als Leiter unseres Kompetenzzentrums «Hygiene» in Pratteln BL ist Dr. Christoph Rockel zu uns gestossen. Herr Rockel ist ein promovierter Biologe mit dem Spe-

zialgebiet «Interaktion zwischen Bakterien und dem menschlichen Immunsystem». Er beschäftigt sich seit Anfang Mai mit dem Aufbau des neuen Labors im Gebäude der Beratherm AG. Mit ihm haben wir die Kompetenz, Hygieneangebote zu erarbeiten, die über die blosse Reinigung hinausgehen. Diese Angebote umfassen Messung, Beratung, Monitoring und Ausbildung.

### MARTIN STIERLI

Mitte Dezember 2009 hat Martin Stierli seine Stelle als Leiter des Qualitäts- und Umweltmanagements bei uns angetreten. Er war nach seiner Ausbildung als Lebensmittelingenieur ETH in der Lebensmittelindustrie als Laborchef und als Leiter von Qualitätskontrolle und -sicherung tätig. Danach arbeitete er als Selbständiger in der Betriebsorganisation und half insbesondere beim Aufbau von Qualitätsmanagement-Systemen mit. Mit ihm zusammen wollen wir in diesem

Jahr die Rezertifizierung erfolgreich bestehen.

Wir wünschen den neuen Mitarbeitern einen guten Start und hoffen, dass sie ihre Fähigkeiten erfolgreich für die Weiterentwicklung der Firma Enzler Reinigungen AG einsetzen können.

### ENZLER REINIGUNGEN AG

#### Hauptsitz

Edenstrasse 20, Postfach, 8027 Zürich  
Tel. 044 455 55 55, Fax 044 455 55 66  
info@enzler.com

#### Niederlassungen

Hertistrasse 1, 8304 Wallisellen  
Tel. 043 299 70 99, Fax 043 299 70 90

Bürglistrasse 29, 8400 Winterthur  
Tel. 052 224 66 66, Fax 052 224 66 67

Lerchentalstrasse 27, 9016 St. Gallen  
Tel. 071 280 00 77, Fax 071 280 00 75

Hohenrainstrasse 10, 4133 Pratteln  
Tel. 061 827 30 30, Fax 061 827 30 33

Täferenstrasse 3, 5405 Baden-Dättwil  
Tel. 056 444 0 888, Fax 056 444 0 889

### ENZLER HOSPITAL & LAB AG

Edenstrasse 20, Postfach, 8027 Zürich  
Tel. 044 455 55 55, Fax 044 455 55 66

### Vitsolnet SA

Avenue Wendt 16, 1203 Genf  
Tel. 022 344 30 50, Fax 022 344 30 58  
info@vitsolnet.ch

### Beratherm AG

Zehntenstrasse 54, 4133 Pratteln  
Tel. 061 821 81 00, Fax 061 821 08 00  
info@beratherm.ch

### IMPRESSUM

#### Herausgeber

Enzler Reinigungen AG  
Edenstrasse 20, Postfach, 8027 Zürich

#### Konzept/Gesamtverantwortung

Karl Enzler, Enzler Reinigungen AG,  
k.enzler@enzler.com

#### Gestaltung/Prepress

Wirz Corporate AG  
Uetlibergstrasse 132, Postfach, 8045 Zürich

#### Redaktion/Text

Enzler Reinigungen AG, Wirz Corporate AG