

Zu Gast in Frankreich

i-connect

Nr. 7



Das i-connect Magazin ist eine halbjährlich erscheinende Publikation von i-team Global.
Weitere Informationen unter i-teamglobal.com

 **i-team**

Reinigen Sie
300 m² in nur
1 Minute
mit dem i-walk

Verbessern Sie Ihre Reinigungsprozesse

Maximieren Sie die Reinigungseffizienz, ohne Zeit zu verlieren. Kombinieren Sie die leistungsstarke, moderne Co-botic-Technologie mit den unübertroffenen Reinigungsergebnissen eines i-mop XL. In weniger als einer Minute können Sie das Gerät in Betrieb nehmen und sich anderen Aufgaben widmen.



Schneller

In weniger als einer Minute ist der i-walk einsatzbereit und Sie haben Zeit für andere Aufgaben.



Sauberer

Der i-walk kombiniert Cobotisierung mit der Reinigungsleistung des i-mop.



Umweltfreundlicher

Nachhaltig konzipiert – mit optimiertem Energieverbrauch.



Sicherer

Dank modernster Saugtechnologie bleibt der Boden schnell trocken – für mehr Sicherheit und weniger Rutschgefahr.



Besser

Erledigt wiederkehrende Routineaufgaben, sodass sich das Reinigungspersonal auf andere Tätigkeiten konzentrieren kann.



Eine intelligenter Art der Reinigung.
Werden Sie Teil der Revolution
Scannen Sie den QR-Code für weitere Informationen



EINLEITUNG



„DIE FRANZOSEN
VERSTEHEN ES,
DAS LEBEN MIT
ALLEN SINNEN
ZU GENIESSEN.“

Was ich an Frankreich besonders schätze, ist die faszinierende Verbindung aus gelebter Tradition, geistiger Tiefe und einer gefeierten joie de vivre. Die Franzosen sind weltweit bekannt für ihre tiefe Wertschätzung von Hochkultur – von Mode und Kulinarik bis hin zu Philosophie und Kunst. Doch hinter diesen berühmten Facetten verbirgt sich etwas noch Bedeutenderes: ein Lebensstil, geprägt von Geschichte, Werten und den stillen Ritualen des Alltags.

Es liegt eine besondere Eleganz darin, wie die Franzosen sich durch die Welt bewegen – eine Mischung aus intellektuellem Tiefgang und kultivierter Form, aber auch aus Stolz, Individualität und echter Hingabe an die kleinen Freuden des Lebens. Ob ein raffiniert zubereitetes Gericht, ein abendlicher Spaziergang durch die Stadt oder ein ausgedehntes Mittagessen mit Freunden – in Frankreich versteht man die Kunst des Genießens. Man genießt nicht nur das Essen – sondern auch den Augenblick.

Der französische Lebensstil ist nicht vom Tempo oder von Besitz getrieben, sondern von bewusstem Genuss. Es geht darum, Freude im Detail zu finden, im Hier und Jetzt zu leben und das zu priorisieren, was wirklich zählt: Qualität statt Quantität, Erlebnisse statt Besitz, Beziehungen statt Routinen.

Genau an diesem Punkt verschmelzen die Werte der i-team mit dem französischen Lebensgefühl. Wir glauben, dass starke Partnerschaften mit echter menschlicher Verbundenheit beginnen. Dass Innovation mit Zuhören beginnt. Und dass Fortschritt – genau wie ein gutes Essen – Zeit, Sorgfalt und die richtigen Zutaten braucht.

Tauchen Sie ein in diese besondere Ausgabe von i-connect – eine inspirierende Würdigung von i-team France. In dieser Ausgabe begegnen Sie den Menschen, Ideen und Innovationen, die eine intelligentere, sauberere und menschlich verbundene Zukunft mitgestalten.

Bon voyage und bon appétit.

Ben van de Scheur

Geschäftsführer – i-team Professional BV
ben@i-teamglobal.com



Impressum

Das i-connect Magazin ist eine
Publikation von i-team Global.

Erscheinungsweise: 2-mal jährlich

Konzept und Produktion:
Eveline Grin | Jaimie Teelen

Feedback: i-connect@i-teamglobal.com

Möchten Sie die nächste Ausgabe des
i-connect-Magazins erhalten?

Scannen Sie den QR-Code



INHALT

6 Willkommen in Frankreich

- 8 i-team France: Ein einzigartiger Ansatz
für Innovation und Wachstum.
- 10 Lernen Sie unser Team kennen:
i-team France

16 Im Gespräch mit Jean Baptiste Faucher

- 20 Die Reinigungsbranche in Frankreich

24 Ein Stück Frankreich zum Genießen

- 30 Blog Frank van de Ven
Ein Wort von Frank
zum Thema Patente
- 32 Branding – ganz im i-team-Stil
Eine kurze Auffrischung der Grundlagen

34 Neues aus der europäischen Reinigungsbranche

- 36 Frankreich entdecken
Kunst, Genuss und Abenteuer
- 38 Auf dem Weg zu besserem Business
Unsere B-Corp Reise



Willkommen bei **Frankreich** DAS LAND DER...



ZEIT FÜR EINEN CROISSANT

Blättrig, buttrig – einfach perfekt. Wenn Ihr Morgen nicht mit einem frischen Croissant startet, sind Sie dann überhaupt in Frankreich?

LASSEN SIE DIE KORKEN KNALLEN

Der einzig wahre Champagner kommt aus der... Champagne! Perlige Perfektion aus der Region, die diesem edlen Getränk seinen men gab.



CAFÉKULTUR

Espresso, eine Zigarette – oder einfach diese ganz besondere französische Gelassenheit – und endloses Leute beobachten. Kein Stress. C'est la vie!

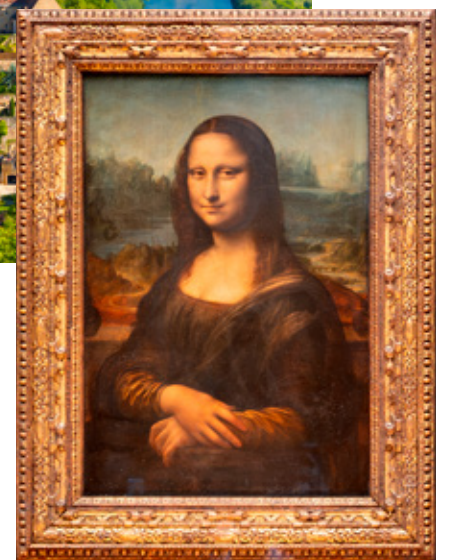


GUTEN APPETIT!

Französische Küche: Eine Kunstform Mehr als nur Essen – von Escargots bis Coq au Vin ist jede Mahlzeit ein Meisterwerk.

MÄRCHENHAFTE SCHLÖSSER

Frankreich zählt über 40.000 Schlösser. Versailles, Chambord, Chenonceau... königlicher Luxus für jeden Geschmack.



LEGENDÄRE KUNSTWERKE

Von Mona Lisas geheimnisvollem Lächeln bis zu Monets Seerosen – Frankreich beherbergt einige der berühmtesten Meisterwerke der Welt.

WEIN, WEIN, WEIN!

Von Bordeaux bis Burgund ist Frankreich ein einziges großes Weingebiet. Wein ist hier mehr als ein Getränk – es ist Lebensart. Santé!



SAY CHEESE

Camembert, Roquefort, Brie... In Frankreich gibt es über 1.600 Käsesorten. Mehr Käse als Tage im Jahr!

HAHN IM KORB

Das französische Nationalsymbol ist kein gewöhnlicher Vogel. Ein Wortspiel mit Geschichte: „gallus“ heißt auf Latein sowohl „Gallier“ als auch „Hahn“. Seit der Antike zierte das Bild gallische Münzen und steht heute für französischen Stolz, Stärke und ein bisschen Flair.



BAGUETTE, C'EST PARFAIT

Außen knusprig, innen fluffig. Das französische Baguette ist so heilig, dass es von der UNESCO zum Weltkulturerbe erklärt wurde.



TOUR DE FRANCE

Das berühmteste Radrennen der Welt. 3.500 km voller Schweiß, Schmerz und Ruhm. Allez, allez, allez!



MODEHAUPTSTADT

Paris gibt den Ton an, die Welt folgt. Chanel, Dior, Louis Vuitton – muss man mehr sagen? Frankreich ist der Ort, an dem Couture-Träume Wirklichkeit werden.

EISERNE LADY

Der Eiffelturm: vom umstrittenen Schandfleck zur weltweit berühmten Silhouette.



Ein einzigartiger Ansatz für Innovation und Wachstum.

Bei i-team Global steht Zusammenarbeit im Mittelpunkt. In verschiedenen Märkten passt sich die i-team-Struktur flexibel an lokale Gegebenheiten an und bleibt dabei stets verbunden durch eine gemeinsame Mission: intelligentere und effizientere Reinigungslösungen weltweit zu bringen. Doch nicht alle Regionen arbeiten gleich. i-team France hat seinen eigenen Weg entwickelt, indem Struktur, Strategie und Partnerschaften gezielt auf den französischen Markt zugeschnitten wurden. Mit einem praxisnahen Vertriebsmodell, einem differenzierten Partnernetzwerk und starkem Fokus auf Key Accounts geht Frankreich seinen eigenen Weg nach vorne.

Eine andere Art von i-embassy

Während viele i-team Botschaften einem einheitlichen Standard folgen, geht i-team France einen spezialisierten Weg. Statt nur mit einem i-ambassador arbeitet man in Frankreich mit **vier Markenbotschaftern**, die jeweils einen spezifischen Geschäftsbereich verantworten:

- **Regional Ambassador:** Verantwortlich für die Gesamtleitung von i-team France, das Management nationaler Key Accounts und die Sicherstellung der Vertragstreue.
- **Sales Ambassador:** Unterstützt Partner und Vertriebsförderer im gesamten Land.
- **Technical Ambassador:** Betreut Garantiefälle, Schulungen und technischen Support für Anwender.
- **Key Account Ambassador:** Betreut nationale Key Accounts und trägt gleichzeitig aktiv zum Vertriebs Erfolg bei.

Diese klare Aufgabenverteilung ermöglicht es i-team France, sowohl großen nationalen Kunden als auch kleineren, unabhängigen Partnern die volle Aufmerksamkeit zu schenken.

I-TEAM FRANCE



REGIONAL
AMBASSADOR



SALES
AMBASSADOR



TECHNICAL
AMBASSADOR



KEY ACCOUNT
AMBASSADOR

Ein flexibles Partnernetzwerk mit klarer Struktur

Während viele Märkte auf wenige große Distributoren setzen, hat i-team France ein breit gefächertes Partnernetzwerk aufgebaut – gegliedert in drei übersichtliche Kategorien.



KATEGORIE 1
I-PARTNER

Partner mit großem Volumen und strategischer Bedeutung.



KATEGORIE 2
MEISTER-HÄNDLER

Partner mittlerer Größe mit regionaler Reichweite.



KATEGORIE 3
DISTRIBUTOREN

Kleinere, lokale Partner mit entscheidender Rolle.

Diese gezielte Segmentierung ermöglicht i-team France maximale Agilität und garantiert zugleich eine starke lokale Marktpräsenz. Die Kooperation mit einer Vielzahl kleinerer Partner erfordert zwar mehr Aufwand, weshalb die Preisgestaltung variabel bleibt. Transparente Staffelfverträge mit klar definierten Kostenaufschlägen (+4 % für Kategorie 2, +8 % für Kategorie 3) sorgen für nachvollziehbare und faire Konditionen.

Ein praxisorientierter Ansatz zur Marktsteuerung

i-team France übernimmt eine direkte Rolle bei der Marktsteuerung. Anstatt den Vertrieb ausschließlich Partnern zu überlassen, tritt die i-embassy direkt mit nationalen Key Accounts in Verhandlung, kümmern sich um die Rechnungsstellung und koordinieren anschließend die Verkaufsabwicklung über das gesamte Partnernetzwerk. Während einige Partner volle Unabhängigkeit bevorzugen, garantiert dieser zentral gesteuerte Ansatz:

- Nationale Key Accounts werden professionell betreut.
- Die Marktpräsenz bleibt einheitlich und stark.
- Partner können sich entspannt auf ihre lokalen Kunden konzentrieren – ganz ohne zusätzlichen Druck.

Reichweite ausbauen – Zukunft gestalten

Wachstum hat bei i-team France oberste Priorität. Aktuell betreut das Team 64 Partner, mit dem klaren Ziel, bis zum nächsten Jahr die Marke von 100 Partnern zu knacken. Auch das Vertriebsteam wächst: Von 8 auf bald 10 engagierte Verkaufsprofis, die aktiv neue Chancen erschließen.

Parallel dazu entwickeln sich Marketing und Branding weiter. Mit neuem Fokus auf Medienpräsenz, Networking und Branchentrends arbeitet i-team France daran, die Markenbekanntheit zu steigern und sich als führender Anbieter im Profi-Reinigungsmarkt zu etablieren.

Das Geheimnis des Erfolgs? Endlos viele Produktdemonstrationen. Mehr als Preissensibilität zählt in Frankreich die Möglichkeit, die i-team Produkte live und hautnah zu erleben. Je mehr Verkäufer vor Ort sind, desto stärker folgen die Abschlüsse.

Mit gutem Beispiel voran

Durch gezieltes Networking, strukturierte Distribution und eine aktive Vertriebsarbeit geht i-team France eigene Wege. Wege, die nachhaltiges Wachstum, starke Marktpräsenz und kontinuierliche Innovation sichern.

Mit ambitionierten Plänen für 2025, dem Ausbau der i-Center und einem wachsenden Partnernetzwerk sieht die Zukunft vielversprechend aus. Eines steht fest: i-team France folgt nicht einfach dem Standardmodell – es schreibt ein neues Kapitel.



LERNEN SIE DAS TEAM KENNEN

GEMEINSAM DIE ZUKUNFT GESTALTEN

Hinter jeder Erfolgsgeschichte steht ein Team aus leidenschaftlichen Profis. Bei i-team France bringt jedes Mitglied seine Expertise, Energie und Vision ein. Von technischen Experten bis zu strategischen Verkaufsprofis: gemeinsam gestalten sie eine neue Ära der professionellen Reinigung.

Lernen Sie das Team kennen!



**Hans
van Blijenbergh**
Key Account Ambassador
& Demonstrator

**Was gehört zu Ihrem
Aufgabenbereich?**

„Ich begleite die Vertriebsmitarbeiter unserer Partner bei Präsentationen und Live-Produktdemonstrationen direkt bei Anwendern. Ich schule auch Vertriebsteams, damit sie i-team Lösungen eigenständig und erfolgreich verkaufen können. Und ich teste Bürsten, Pads und neue Materialien auf verschiedenen Bodentypen, um sicherzustellen, dass wir in puncto Leistung die Nase vorn haben.“

**Wie sind Sie zu i-team France
gekommen?**

„Ich war von Anfang an dabei, seit fünf Jahren. Was mich begeistert hat: i-team denkt anders, handelt anders und entwickelt einzigartige Lösungen. Wie Frank gerne sagt: Man muss ein „Believer“ sein, um zur i-team Familie zu gehören.“



„WIR SETZEN NEUE
MASSSTÄBE FÜR
DIE REINIGUNGS-
BRANCHE IN
FRANKREICH.“

**Was schätzen Sie am meisten an
der Arbeit im Team?**

„Das Strahlen in den Gesichtern der Anwender zu sehen, wenn sie erleben, wie viel schneller, sauberer, umweltfreundlicher, sicherer und besser unsere Lösungen sind.“

**Was ist eine interessante Tatsache
über Sie?**

„Meine Wurzeln liegen in Affligem, Belgien, berühmt für sein Bier. Meine Kollegen sind moralisch verpflichtet, bei unseren Ausflügen ein Affligem zu bestellen. Das einzige Problem? Die Franzosen können den Namen nicht richtig aussprechen. Aber trinken können sie es!“

**Wie würden Sie i-team France in
einem Satz beschreiben?**

„Wir verändern, wie Frankreich über Reinigungsarbeiten denkt.“



**Jean
Baptiste Faucher**
Ambassador i-team France

**Wie würden Sie Ihre Arbeit bei
i-team France beschreiben?**

„Meine Aufgabe ist es, i-team France zu führen und weiterzuentwickeln, nationale Key Accounts zu betreuen und die Zusammenarbeit mit unseren Partnern zu koordinieren. Ich überwache die Vertriebsverträge und Sorge dafür, dass wir unserer Marktstrategie treu bleiben.“

Was schätzen Sie an diesem Team?

„Wir arbeiten hart, denken voraus und schaffen etwas, das unsere Branche wirklich verändert. Es geht nicht nur um Business – es ist eine Mission.“

**Welchen Rat geben Sie
Neueinsteigern in der
Reinigungsbranche?**

„Hören Sie auf, nur auf kurzfristige Kosten zu schauen. Investieren Sie in Innovation, und es wird sich in einer Weise auszahlen, die Sie nicht erwartet haben.“



Coralie Pain

Commercial Demonstrator

Was ist Ihre Rolle im Team?

„Ich unterstütze unsere Partner beim Verkauf der i-team Produkte und dabei, sie erfolgreich in ihre Systeme zu integrieren.“

Was hat Sie an i-team France gereizt?

„Die Werte des Unternehmens und seine intelligente Zukunftsvision.“

Was gefällt Ihnen am meisten an diesem Team?

„Der gemeinsame Wille, etwas Positives zu bewirken. Wir arbeiten alle auf dasselbe Ziel hin.“

Welches ist Ihr Lieblingsprodukt von i-team?

„Der i-walk und der i-mop XL – sie verbinden Vielseitigkeit, Performance und einfache Handhabung.“

Wie würden Sie i-team France in einem Satz beschreiben?

„Wir hören genau hin, was die Anwender wirklich brauchen.“

Ihr Tipp für Neueinsteiger?

„Blicken Sie nach vorn – eine neue Ära der Reinigung hat begonnen.“

Laurent Ernoult

Commercial Demonstrator

Wie sieht ein typischer Arbeitstag bei Ihnen aus?

„Ich präsentiere, schule und unterstütze unsere Partner während der Produktdemonstrationen. Praxisnahe Arbeit, die sicherstellt, dass unsere Produkte effektiv eingesetzt werden.“

Wie sind Sie zu i-team France gekommen?

„Ich habe zuvor mit Lionel Vincent in einem anderen Unternehmen zusammengearbeitet und bin ihm zu i-team France gefolgt. Ich wollte von Anfang an Teil von etwas Besonderem sein.“

Was macht i-team France für Sie besonders?

„Ernsthafte Arbeit, aber in einer guten, einfachen und effizienten Atmosphäre.“

Was ist eine interessante Tatsache über Sie?

„Ich betrachte meine Perserkatze als mein drittes Kind. Wirklich.“

Wie würden Sie i-team France in einem Satz beschreiben?

„Freunde, die mit einer gemeinsamen Vision in die Zukunft blicken.“



Lionel Vincent

Sales Ambassador

Was sind Ihre Hauptaufgaben bei i-team France?

„Ich baue unser Vertriebsnetz in ganz Frankreich weiter aus.“

Was hat Sie an dieser Aufgabe besonders gereizt?

„Die Herausforderung dieser Mission.“

Was gefällt Ihnen an Ihrem Job am meisten?

„Gemeinsam Begeisterung zu schaffen und i-team zur Nummer eins im Bereich der vertikalen Scheuersaugmaschinen zu machen.“

Welche i-team Innovation begeistert Sie am meisten?

„Die Performance des i-mop XL.“

Wie würden Sie i-team France in einem Satz beschreiben?

„Wir gestalten eine Zukunft, in der Technik und Menschen Hand in Hand arbeiten.“

Ihr Tipp für Neueinsteiger in der Branche?

„Sie kommen zur richtigen Zeit in die Branche. Die Reinigungswelt verändert sich – nutzen Sie die Chancen der Technik.“

Frédéric Armand

Technischer Ambassador

Was umfasst Ihre Tätigkeit?

„Ich unterstütze bei technischen Fragen, kümmere mich um Reparaturen und Garantieabwicklungen. Außerdem fungiere ich als Schnittstelle zwischen den Technikern unserer Partner und dem Regional Ambassador, damit Probleme schnell gelöst werden.“

Was hat Sie zu i-team France gebracht?

„Ich habe über zehn Jahre lang mit Jean-Baptiste Faucher als technischer Leiter bei F2MI, einem i-team-Partner, zusammengearbeitet. Der Wechsel zu i-team France war daher ein ganz logischer Schritt für mich.“

Was schätzen Sie besonders am Team?

„Die Kompetenz und Professionalität meiner Kolleginnen und Kollegen.“

Welches i-team Produkt begeistert Sie am meisten?

„Ganz klar: der i-mop XL. Eine echte Revolution in der Reinigungswelt – schneller, nachhaltiger, sicherer und effizienter.“

Wie würden Sie i-team France in einem Satz beschreiben?

„Ein professionelles Team, das seinen Partnern wirklich zuhört.“

Ihr Tipp für Einsteiger in die Branche?

„Setzen Sie auf maschinelle Reinigung – Ihre Gesundheit wird es Ihnen danken.“

„SETZEN SIE AUF
MASCHINELLE
REINIGUNG – IHRE
GESUNDHEIT
WIRD ES IHNEN
DANKEN.“



Stéphane Demullier

Commercial Demonstrator

Welche Aufgaben gehören zu Ihrem Arbeitsalltag?

„Die Marke i-team fördern und Partner bei Bedarf unterstützen.“

Wie sind Sie zu i-team France gekommen?

„Durch eine langjährige Partnerschaft mit dem i-team ambassador France. Ich sah eine Chance, das Geschäft gerade im Bereich Cobotik voranzubringen.“

Was schätzen Sie an diesem Team am meisten?

„Unser Geschäftsmodell und mein absolutes Vertrauen in unsere Produkte.“

„ICH SAH EINE
MÖGLICHKEIT,
DAS GESCHÄFT
ANZUKURBELN,
INSBESONDERE
IM BEREICH DER
COBOTIK.“

Welches Produkt begeistert Sie am meisten?

„Der i-walk / 1900B. Ich glaube fest an sein Potenzial in verschiedensten Einsatzbereichen.“

Wie würden Sie i-team France in einem Satz beschreiben?

„Packen wir es an – für die Zukunft Frankreichs.“

Was ist eine interessante Tatsache über Sie?

„Ich bin auch Reinigungstrainer.“

Ihr Tipp für Neueinsteiger?

„Der beste Weg, die Branche zu verstehen: starten Sie als Anwender in einem Reinigungsunternehmen.“



Rémy Chetail

Commercial Demonstrator

Welche Aufgaben gehören zu Ihrem Arbeitsalltag?

„Ich unterstütze unsere Partner bei Vorführungen, Einrichtung der Maschinen, berate sie und gebe technische Empfehlungen. Es ist eine sehr praktische Aufgabe, bei der kein Tag dem anderen gleicht.“

Wie sind Sie zu i-team France gekommen?

„Lionel hat mich auf die Chance aufmerksam gemacht. Am meisten hat mich die Innovation und die Vielfalt der Produktpalette begeistert.“

Was schätzen Sie am meisten an der Arbeit im Team?

„Die gegenseitige Unterstützung, Anerkennung und das menschliche Miteinander im Team.“

Welche i-team Innovation begeistert Sie am meisten?

„Cobotik. Das hebt den Reinigungsberuf wirklich auf ein neues Level und unterstützt die Anwender auf sinnvolle Weise.“

Wie würden Sie i-team France in einem Satz beschreiben?

„Gemeinsam, mit guter Stimmung, arbeiten wir auf ein gemeinsames Ziel hin.“

Was ist eine interessante Tatsache über Sie?

„Ich bin ein echter Sauberkeitsfanatiker.“

Ihr Tipp für jemanden, der neu in der Branche ist?

„Mach es einfach!“ Es macht Spaß und kein Tag gleicht dem anderen.“

Das französische Netzwerk

I-EMBASSY FRANCE



mit Jean Baptiste Faucher

IM
GESPRÄCH

Leitung des i-team France mit **Vision, Energie und einer mutigen Strategie**

Vom Unternehmer zum Markenbotschafter von i-team France hat Jean Baptiste Faucher seine Karriere auf Innovation, Durchhaltevermögen und einer tiefen Leidenschaft für das globale Geschäft aufgebaut. Mit einer einzigartigen Strategie und einem ehrgeizigen Fahrplan steuert er i-team France auf dem Weg, zu einem führenden Akteur in der professionellen Reinigungsbranche zu werden.



Jean, Sie haben vor i-team France einen beeindruckenden unternehmerischen Weg hinter sich. Können Sie uns etwas über Ihren Werdegang erzählen?

„Ich sehe mich selbst gern als Weltbürger. Ich habe in mehreren Ländern gelebt und über 85 bereist. Meine Leidenschaft ist es, Teams aufzubauen, Menschen mit unterschiedlichen Hintergründen zusammenzubringen und neue Herausforderungen anzugehen. Und natürlich habe ich eine Vorliebe für gutes Essen aus allen Teilen der Welt!“

„Mit 25 habe ich mein erstes Unternehmen in Dunedin, Neuseeland, gegründet. Seitdem habe ich in verschiedenen Branchen gearbeitet – Marketing, Immobilien, Großhandel, Gaming, Logistik. In 20 Jahren habe ich mehr als zehn Unternehmen gegründet oder übernommen. Die meisten waren erfolgreich, einige sind gescheitert – aber aus Fehlschlägen lernt man schnell. Wie man in Amerika sagt: „Du bist kein echter Unternehmer, wenn du nicht mindestens einmal pleite gegangen bist.“ Ich habe die Subprime-Hypothekenkrise während meiner Zeit in der Immobilienbranche überlebt und weiß, was es bedeutet, durch schwierige Zeiten zu navigieren.“

Sie haben auch einen starken Hintergrund im Bildungsbereich. Wie beeinflusst das Ihren Geschäftsansatz?

„Ich liebe es, Neues zu lernen. Ich habe Jahre damit verbracht, Abschlüsse in Technik, Marketing, internationalem Management und sogar Philosophie zu erwerben. Ich habe Marketing und Unternehmertum an Universitäten in der Schweiz und Neuseeland gelehrt. Letztendlich komme ich aber immer wieder darauf zurück,



„WIR HABEN EIN NETZWERK AUS KLEINEREN PARTNERN AUFGEBAUT UND DIE GRUNDLAGEN SELBST GESCHAFFEN.“

Unternehmen aufzubauen. Wissen ist wertvoll, aber die Umsetzung in die Praxis macht den Unterschied.“

Wie sind Sie schließlich zu i-team France gekommen?

„Ich habe die Produkte von i-team zuerst als Vertriebshändler kennengelernt, als ich ein Großhandelsunternehmen für Reinigungsprodukte in Paris leitete. Wir waren auf der Suche nach etwas Frischem und Hochwertigem, hatten aber zunächst keine Ahnung, wie wir diese Produkte verkaufen sollten. Alles änderte sich 2022, als ich am i-Gathering teilnahm. Diese Veranstaltung öffnete mir die Augen für das Potenzial von i-team. Ich kam mit einem Plan zurück, und innerhalb weniger Monate stiegen die Umsätze sprunghaft an. Wir haben sogar eine kleine Gruppe von Wiederverkäufern getestet, und ich denke, das hat funktioniert – sonst würde ich jetzt nicht i-team France leiten!“

Was unterscheidet i-team France von anderen i-team-Regionen?

„Unsere Struktur und Vertriebsstrategie. Viele i-team-Regionen setzen auf einige wenige große Partner, die alles eigenständig abwickeln. Wir haben einen anderen Ansatz gewählt. Wir haben ein Netzwerk aus kleineren Partnern aufgebaut und selbst die Grundlagenarbeit übernommen. Das bedeutet ein größeres i-team-Team vor Ort, eine praxisorientierte Strategie und ein schnell wachsendes Partnernetz. Bislang 64 Partner, mit dem Ziel, 100 zu erreichen. Als ich diese Strategie den anderen Markenbotschaftern

vorgestellt habe, glaube ich, habe ich einige überrascht. Sie wussten, wie viel Arbeit dahintersteckt. Aber langfristig wird sich das auszahlen – wir werden das Feld beherrschen.“

Wie sieht ein typischer Arbeitstag für Sie als Regional Ambassador aus?

„Kein Tag ist wie der andere. An einem Tag bin ich auf einer Messe, am nächsten unterstütze ich Partner bei Produktdemonstrationen oder manage nationale Key Accounts. Und dann ist da natürlich noch die tägliche Realität, i-team France als vollständig eigenständiges Unternehmen zu führen.“

i-team verfolgt einen „globalen“ Ansatz, der globale Branding mit lokalen Strategien verbindet.

Wie sieht das in Frankreich aus?

„Wir folgen dem Marketing und den Produktlinien von i-team Global, aber der französische Markt ist anders, also passen wir uns an. Frankreich ist ein großes Land. Eine einzige Person könnte das gesamte Netzwerk nicht managen, deshalb haben wir ein regionales Vertriebsteam aufgebaut. Kunden hier wollen von einem Einheimischen aus ihrer Region kaufen. Es macht einen Unterschied, wenn man die gleiche Sprache spricht.“

„Wir legen auch Wert auf Markenbekanntheit. Zurzeit konzentrieren wir uns auf die i-mop-Familie, bevor wir das ganze Sortiment einführen. Und die Preisgestaltung musste ebenfalls angepasst werden. Kleinere Partner können nicht mit dem standardmäßigen europäischen Modell arbeiten, deshalb haben wir eine flexible Struktur geschaffen. Und dann ist da noch die Sprache. Die meisten unserer Kunden sprechen kein Englisch, deshalb übersetzen wir alles –

Marketingmaterialien, technische Dokumente, Schulungsinhalte. Das Team in Eindhoven war eine große Hilfe bei der Umsetzung.“

Was sind die größten Herausforderungen in der französischen Reinigungsbranche?

„Schulungen. „Das ist die größte Herausforderung. Das französische Arbeitsrecht erschwert es Unternehmen, in ihre Beschäftigte zu investieren. Artikel 7 bindet Reinigungspersonal an die Einsatzorte statt an die Arbeitgeber. Wenn ein neuer Anbieter einen Vertrag übernimmt, bleibt das Personal. „Das klingt zwar gut in der Theorie, aber in der Praxis brems es Schulungsmaßnahmen aus. Warum sollte man in Beschäftigte investieren, wenn diese nächstes Jahr vielleicht für die Konkurrenz arbeiten? Das ist eine große Herausforderung für ein Unternehmen wie i-team, das Reinigungsfachleute befähigen möchte.“

Und wie sieht es mit den Chancen aus?

„Frankreich hat eine schnell wachsende Bevölkerung, eine starke Wirtschaft und staatliche Förderungen für mechanisierte Reinigung. Die Nachfrage nach hochwertigen Produkten ist vorhanden. Wir müssen nur noch mehr Vorführungen vor Ort realisieren.“

Was ist Ihre Vision für i-team France?

„Weiter wachsen, das i-team-Virus verbreiten und zu einem Erfolgsmodell werden. Unser Ziel ist es, die Nummer eins auf dem i-team-Markt in Europa zu werden. Das ist ein ehrgeiziges Ziel, wenn man bedenkt, wie gut unsere Kollegen sind. Aber wir lieben die Herausforderung.“

„UNSER ZIEL IST ES, DER WICHTIGSTE I-TEAM-MARKT IN EUROPA ZU WERDEN. DAS IST EIN EHRGEIZIGES ZIEL...“

Welche Rolle spielt Innovation bei i-team France?

„Innovation ist alles. Unsere Kunden wünschen sich ständig individuelle Anpassungen, und wir entwickeln Prototypen. Einige dieser Anpassungen haben bereits zu neuen Produktmodellen geführt.“

Was motiviert Sie in Ihrer Rolle?

„Die Energie, die ich daraus ziehe. Jeder Verkauf, jeder neue Partner, jede erfolgreiche Produktdemonstration. All das ist Teil von etwas Größerem. Bevor ich zu i-team kam, bereitete ich den Start eines landesweiten Vertriebsprojekts vor, habe das aber auf Eis gelegt und mich stattdessen i-team Global angeschlossen. Die beste Entscheidung meines Lebens. Es ist selten, eine Firma zu finden, bei der die eigenen Werte so perfekt übereinstimmen. i-team ist nicht nur ein Job, sondern eine Mission.“

Wenn Sie i-team France mit drei Worten beschreiben müssten – welche wären das?

„Nachfragen. Innovieren. Inspirieren. Das ist die i-team-Philosophie und genau so arbeiten wir in Frankreich. Oder anders gesagt: Engagement. Verpflichtung. Energie. Denn am Ende des Tages ist unser Team alles.“

REINIGUNGS- TRENDS

Die Reinigungsbranche in Frankreich: Überblick und Perspektiven

Nahezu 20 Mrd. Euro Jahresumsatz, erwirtschaftet von 15.000 Unternehmen landesweit – mit insgesamt 600.000 Beschäftigten. Drei Zahlen, die für sich sprechen: Sie zeigen die enorme wirtschaftliche Bedeutung der Reinigungsbranche in Frankreich – auch wenn große Unterschiede innerhalb der Branche bestehen.

VERFASST VON CHRISTIAN BOUZOLS

Die Anzahl der Unternehmen wächst stetig, doch paradox wird ihre Größe immer kleiner: 80 % haben weniger als 20 Beschäftigte, und über 10.000 von den 15.000 bestehenden Firmen weniger als 9 Beschäftigte haben. Die meisten dieser Kleinstbetriebe arbeiten lokal und sind oft familiengeführt, über Generationen hinweg. Am anderen Ende des Spektrums gibt es einige große Unternehmen mit Tausenden von Beschäftigten, die ein schnelles Wachstum verzeichnen.

Die oberste Liga der größten Reinigungsunternehmen besteht aus fünf großen Konzernen mit Umsätzen von jeweils rund oder über einer Milliarde Euro: Onet und GSF mit 1,17 Mrd. Euro, Atalian mit 1,01 Mrd. Euro, Samsic mit 950,72 Mio. Euro und Elior-Derichbourg mit 928,52 Mio. Euro.

Wie in den Vorjahren liegen die Herausforderer dieses „Clubs der 5“, die die Reinigungs- und damit verbundenen Dienstleistungsbranche dominiert, deutlich zurück. Im Jahr 2023 erzielte ISS Facility Services (im Jahr 2024 von der Onet-Gruppe übernommen) einen Umsatz von 288 Mio. Euro, knapp vor ISOR mit 224 Mio. Euro, Challancin mit 180 Mio. Euro, Nicollin Sud Services mit 144 Mio. Euro und Stem mit 112 Mio. Euro. Die Top 50 Unternehmensgruppen der Branche machen 40 % des Gesamtumsatzes aus.

Alle diese Unternehmen, große wie kleine, profitieren hauptsächlich von der Auslagerung von Reinigungsdiensten, die seit über einem Jahrzehnt zunimmt. Im Jahr 2009 lagerten 68 % der französischen Unternehmen ihre Reinigungsdienste an spezialisierte Unternehmen aus. Diese Zahl stieg bis 2020 auf 80 %.

Einige Branchen setzen jedoch weiterhin stärker auf eigene Reinigungsteams, etwa die Gastronomie, Schulen, das Gesundheitswesen und den Verkehr – sie machen nur 10 % des Geschäfts der Reinigungsunternehmen aus. Unverändert machen Büros (34 %) und Gemeinschaftsflächen in Gebäuden (30 %) den Großteil der Branchenaktivitäten aus. Die Fensterreinigung allein liegt bei 10 %, und öffentliche Aufträge mit Behörden entfallen auf 25 % des Gesamtumsatzes.

**DIE ZAHL DER UNTERNEHMEN
STEIGT STÄNDIG WEITER, DOCH
PARADOXERWEISE WERDEN SIE
IMMER KLEINER.**

Dieses Segment stellt eine zentrale Herausforderung für die Branche dar, die sich dafür einsetzt, die Qualitätsanforderungen bei öffentlichen Ausschreibungen zu erhöhen und öffentliche Auftraggeber zu ermutigen, hochwertigen Dienstleistungen über den billigsten Preis zu stellen – denn Billigangebote drücken den Markt nach unten.

REINIGUNG: EINER DER GRÖSSTEN ARBEITGEBER IN FRANKREICH

Was die Beschäftigtenzahl angeht, zählt die Reinigungsbranche zu den größten Arbeitgebern Frankreichs. Die Zahl der Beschäftigten wächst beständig, trotz des Rückschlags durch die Covid-Krise im Jahr 2020.

Das Personal, das vor Ort tätig ist und nicht ausgelagert werden kann, besteht zu 90 % aus Servicekräften – den „helfenden Händen“, die direkt bei den Kunden vor Ort reinigen.

Die Unternehmen setzen vor allem darauf, ihre Beschäftigten zu halten und weiterzubilden: Über 80 % der Beschäftigten in der Branche haben unbefristete Arbeitsverträge (CDIs), und 65 % sind Frauen.

DIE HÄLFTE DER BESCHÄFTIGTEN IN DER BRANCHE ARBEITET 24 STUNDEN ODER WENIGER PRO WOCHE.

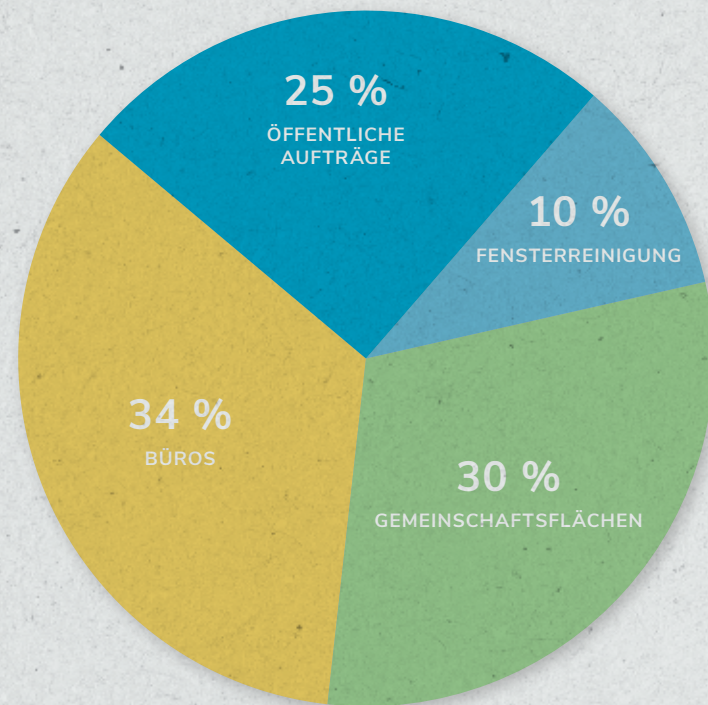
Prekäre Beschäftigungsverhältnisse gibt es nur wenige, doch die Arbeitsbedingungen sind von Natur aus anspruchsvoll: Die Hälfte der Beschäftigten arbeitet 24 Stunden oder weniger pro Woche, während die gesetzliche Vollzeit in Frankreich 35 Stunden beträgt. Deshalb arbeiten fast die Hälfte von ihnen für mehrere Unternehmen, oft zu ungünstigen Zeiten – früh morgens oder spät abends, wenn die Bürogebäude leer sind.

Dieser Arbeitseinsatz außerhalb der Hauptarbeitszeiten, der die Personalgewinnung erschwert, steht seit Langem im Mittelpunkt der Bemühungen des französischen Reinigungsverbands. Das Ziel ist, Kunden davon zu überzeugen, dass Reinigungsarbeiten auch tagsüber durchgeführt werden können. Dies ist ein langfristiges Unterfangen, aber entscheidend für das Wohlbefinden der Beschäftigten, von denen viele ihren Arbeitstag aufteilen müssen, was ein ausgewogenes Sozial- und Familienleben erschwert. Trotz der Bemühungen des Arbeitgeberverbands, diesen Ansatz zu fördern, ist eine breite Umsetzung noch in weiter Ferne.

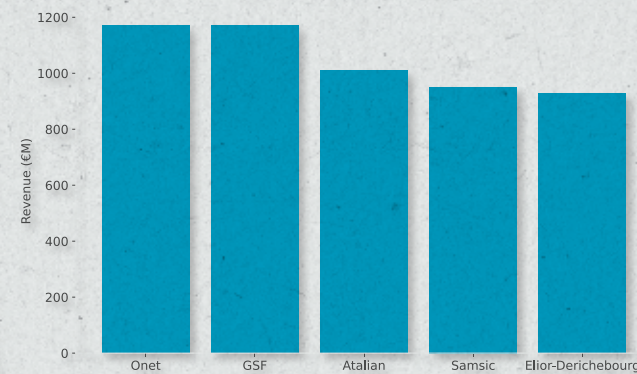
Die französische Reinigungsbranche

Kennzahlen

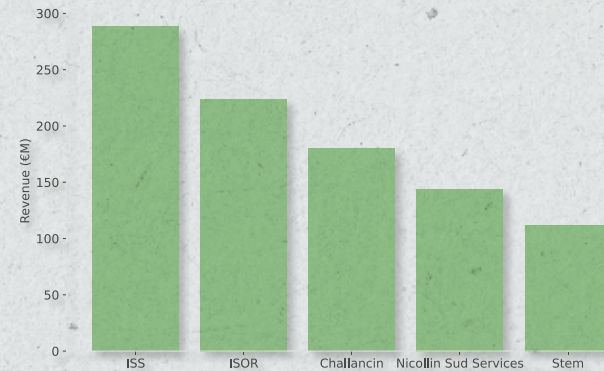
Umsatzverteilung nach Kundentypen



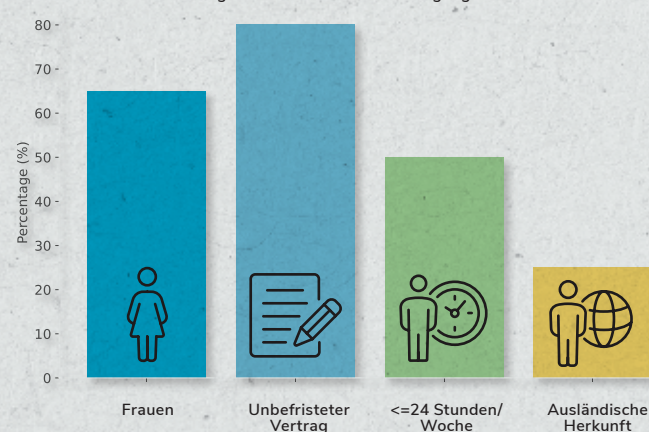
Die fünf größten Reinigungsunternehmen nach Umsatz (in Mio. €)



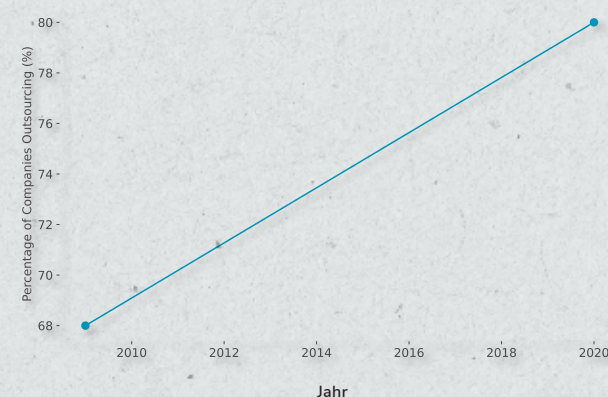
Herausforderer nach Umsatz (in Mio. €)



Belegschaftsstruktur in der Reinigungsbranche



Auslagerung von Reinigungsdiensten im Zeitverlauf



Der Verband setzt seine Aufklärungsarbeit fort und sensibilisiert Kunden für den Wert von Reinigungsdienstleistungen. Im Fernsehen und Radio wurden Werbespots ausgestrahlt, die die Bedeutung der „Reinigung“ als Priorität im Budget hervorheben – besonders seit der Pandemie.

Während der Pandemie standen Reinigungskräfte an vorderster Front, und die Arbeitswelt erkannte ihre zentrale Rolle voll an. Eine damals durchgeführte Umfrage ergab, dass 84 % der Befragten anerkannten, „dass Reinigungskräfte und Reinigungsunternehmen wirksam dazu beigetragen haben, die Ausbreitung des Virus einzudämmen.“ Außerdem sind sich 90 % der Franzosen "der wichtigen Rolle bewusst geworden, die diese Beschäftigte bei der Gewährleistung ihrer Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz spielen."

Mit dem Nachlassen der Pandemie kehrten jedoch alte Gewohnheiten zurück – und damit auch die kontinuierlichen Anstrengungen der Branche, die Berufsperspektiven sowohl für Kunden als auch für Arbeitssuchende überzeugend zu vermitteln.

Da die Reinigungsbranche weiterhin stark wächst, engagieren sich die Akteure aktiv auf Jobmessen, veranstalten Live-Demonstrationen, beteiligen sich an Job-Dating-Events und setzen gezielt auf Aus- und Weiterbildung. Acht anerkannte Berufsqualifikationen wurden eingeführt, bislang wurden fast 40.000 Zertifikate vergeben.

Es ist auch bemerkenswert, dass die Branche seit 20 Jahren gegen Analphabetismus kämpft, da etwa 25 % der Reinigungskräfte einen Migrationshintergrund haben – im Vergleich zu nur 6 % in allen Wirtschaftsbereichen in Frankreich.

ÖKOLOGISCHE HERAUSFORDERUNGEN

Der soziale Aspekt, der den Berufen in der Branche innewohnt, bleibt ein zentrales Thema, parallel dazu wird Unternehmen nahegelegt, CSR-Strategien (Corporate Social Responsibility) zu verfolgen, um die ökologische Transformation zu unterstützen.

Das Ziel ist es, die Arbeitsbedingungen zu verbessern und gleichzeitig die Umwelt zu schützen – insbesondere durch den Einsatz weniger umweltschädlicher oder biobasierter Produkte. Ein Unterstützungsinstrument wurde entwickelt und ein Schulungsprogramm für Führungskräfte ins Leben gerufen. Die Resonanz ist jedoch bislang gering: Nur etwa 1 % der 15.000 Unternehmen in der Branche haben sich bisher angemeldet.

DAS ZIEL IST ES, DIE ARBEITSBEDINGUNGEN ZU VERBESSERN UND GLEICHZEITIG DIE UMWELT ZU SCHÜTZEN.

DIE HERAUSFORDERUNG DER KÜNSTLICHEN INTELLIGENZ

Eine weitere große Herausforderung für die Zukunft der Reinigungsunternehmen ist die Künstliche Intelligenz (KI), die auch in dieser Branche rasante Fortschritte macht.

Die Integration von KI in Reinigungsprozesse ermöglicht die Automatisierung repetitiver und zeitintensiver Aufgaben, sodass sich das Personal auf komplexere und wertschöpfendere Tätigkeiten konzentrieren kann. Systeme können vernachlässigte Bereiche erkennen, potenzielle Probleme identifizieren und sicherstellen, dass Räume für die Nutzer sauber bleiben.

DIE EINBINDUNG VON KI IN DIE PROFESSIONELLE REINIGUNG BRINGT HERAUSFORDERUNGEN MIT SICH

Die Einbindung von KI in die professionelle Reinigung stellt jedoch auch Herausforderungen dar, wie zum Beispiel die Notwendigkeit, in teure Ausrüstung und Software zu investieren sowie die erforderliche Personalschulung.

Und dennoch: Für Reinigungsunternehmen ist es essenziell, am Puls der Innovation zu bleiben, um in einem sich stetig wandelnden Markt wettbewerbsfähig zu bleiben. In diesem Bereich sind es vor allem die großen Konzerne mit entsprechendem Investitionspotenzial, die den Ton angeben. Für die kleineren Unternehmen – also den Großteil der Branche – wird dieser Schritt in Richtung Zukunft deutlich schwieriger.



So schmeckt

Frankreich

Frankreich ist weltweit bekannt für seine kulinarische Exzellenz. Ob herzhafte Klassiker aus der Region oder feine Bistroküche – die französische Küche vereint Wärme, Raffinesse und Kreativität auf dem Teller. Auch bei i-team schlägt das Herz unserer Köche nicht nur für Sauberkeit, sondern ebenso für gutes Essen. Darum haben unsere hauseigenen Küchenchefs Bart Haans und Erik Bons ihre Lieblingsrezepte für Sie zusammengestellt – begleitet von sorgfältig ausgewählten Weinempfehlungen unseres Sommeliers Ruben Roosen. Bon appétit!

VORSPEISE

ENTEN- RILLETTE AUF GERÖSTETEM BRIOCHE

EIN CREMIGER, WÜRZIGER AUFSTRICH
AUS CONFIERTEN ENTENKEULEN
IDEAL ALS VORSPEISE.

WEINEMPFEHLUNG

Pinot Noir | Le Village | 2020

Ein leichter Rotwein mit feinen Aromen roter Früchte – die perfekte Ergänzung zur kühlen Zubereitung und dem vollmundigen Geschmack von Ente.







WEINEMPFEHLUNG

Ribera del Duero (Tinto Fino).

Ein vollmundiger Rotwein mit erdigen Noten und milden Tanninen – passt perfekt zur Fülle von Fleisch und Foie gras.



HAUPTGERICHT

TOURNEDOS „ROSSINI“

EIN FESTLICHES UND EDLES GERICHT AUS RINDERFILET, GÄNSELEBER (FOIE GRAS), TRÜFFELN UND MADEIRA-SOSSE.

WEINEMPFEHLUNG

Coteaux du Layon.

Ein süßer, frischer Dessertwein mit gerösteter Vanille im Abgang, der die Aromen der Brûlée widerspiegelt.



DESSERT

KLASSISCHE CRÈME BRÛLÉE

SEIDIGE VANILLECREME MIT EINER KNACKIGEN KARAMELLISIERTEN ZUCKERKRUSTE.

ENTEN-RILLETTE
auf geröstetem Brioche

Zutaten für 4 Personen:
400 g confierte Entenkeule
150 g Gänseschmalz
25 g Rosmarin
25 g Thymian
3 Knoblauchzehen
Salz
4 dicke Briochescheiben

Für die Essiggurken:
1 Teil Essig
1 Teil Zucker
1 Teil Wasser
1 Minigurke - 1 rote Zwiebel - Cornichons

TOURNEDOS „ROSSINI“
ein festliches
Rindfleischgericht

Zutaten für 4 Personen:
4 Rindertournedos (je ca. 150 g)
100 g grüne Bohnen
100 g Zuckerschoten
1 Bund grüner Spargel
80 g braune Champignons
200 ml Kalbsjus
50 ml Madeirawein
1 TL Zucker
Bouquet garni
15 g Butter
200 g Agria-Kartoffeln
40 g Butter
40 ml Milch
100 g Foie gras
4 kleine Toasts
10 g schwarze Trüffel
Salz und Pfeffer

CRÈME BRÛLÉE
Seidige Vanillecreme

Zutaten für 4 Personen:
250 ml Milch
250 ml Sahne
2 Vanilleschoten
12 Eigelb
100 g Kristallzucker
2 EL Kristallzucker + 2 EL brauner Zucker zum Karamellisieren

ZUBEREITUNG

1. Essig, Zucker und Wasser zusammen erhitzen, bis sich der Zucker vollständig aufgelöst hat. So entsteht die Essiglake zum Einlegen.
2. Minigurke und rote Zwiebel in feine Scheiben schneiden und in der Essiglake marinieren.
3. Knoblauch in Scheiben schneiden. Die Gänseschmalzmasse mit Rosmarin, Thymian und Knoblauch bei maximal 60 °C etwa eine Stunde langsam erwärmen, damit sich die Aromen entfalten.
4. Die Entenkeulen zerpfücken, dabei Knochen und Haut entfernen.
5. Das Fleisch fein zupfen und nach und nach mit dem aromatisierten Gänseschmalz vermengen, bis eine streichfähige Masse entsteht.
6. Mit Salz abschmecken.
7. Brioche-Scheiben toasten und mit der Rillette, den eingelegten Gurken sowie optional mit Microgreens oder essbaren Blüten garnieren.

ZUBEREITUNG

1. Die Kartoffeln kochen, zerstampfen und mit warmer Milch und Butter verrühren. Mit Salz abschmecken.
2. Das grüne Gemüse putzen, kurz blanchieren und dann behutsam in Butter anschwitzen.
3. Champignons putzen und anbraten.
4. Foie gras säubern, mit Salz und Pfeffer würzen. In eine Form geben, kalt stellen, bis sie fest ist, dann in Scheiben schneiden und auf geröstetem Toast anrichten.
5. Die Kalbsjus mit dem Bouquet garni aufkochen, leicht reduzieren, Madeira und Zucker zugeben. Abseien und mit einem Stückchen Butter verfeinern.
6. Die Tournedos mit Salz und Pfeffer würzen und in Butter anbraten, bis sie goldgelb sind.
7. Im vorgeheizten Ofen bei 185 °C je nach Dicke 5-8 Minuten fertig garen. Danach 10 Minuten ruhen lassen.
8. Alles erwärmen und wie abgebildet anrichten. Kurz vor dem Servieren frische Trüffel darüberhobeln.

ZUBEREITUNG

1. Milch und Sahne in einem Topf mit Vanillesamen und -schote erwärmen. Nicht kochen lassen.
2. Die Eigelbe so lange mit dem Zucker verquirlen, bis sie sich gerade verbunden haben.
3. Die warme Vanillesahne nach und nach unter die Eigelbmasse geben. Vanilleschote entfernen.
4. Die Mischung 20-30 Minuten ruhen lassen, damit sich der Schaum absetzt.
5. Den Ofen auf 90 °C vorheizen.
6. Die Creme in kleine Förmchen füllen und auf ein Backblech stellen.
7. Mindestens 1 Stunde backen, bis sie leicht gestockt ist. Abkühlen lassen.
8. Die Zuckersorten in einer Mühle oder einem Mörser fein verstoßen und vermischen.
9. Die abgekühlten Cremes mit einer Zuckermischung bestreuen und mit einem Flambierbrenner karamellisieren.

JEAN-BAPTISTE FAUCHERS
FAVORITEN

Als Regional Ambassador und stolzer Franzose teilt Jean-Baptiste drei seiner liebsten Rezepte aus seiner Heimat mit uns. Einfach, authentisch und voller Geschmack – perfekt für alle i-team-Köchinnen und -Köche, die ihre französische Kochkünste verfeinern möchten.

PERFEKT ALS VORSPEISE,
HAUPTGERICHT ODER Sogar
FÜR EIN PICKNICK.



TRADITIONELLE
QUICHE LORRAINE

1. 200 g Mehl, 100 g kalte Butter, 60 g kaltes Wasser und eine Prise Salz vermengen. Eine Tarteform (30 cm) mit dem Teig auslegen.
2. Backofen auf 160 °C vorheizen.
3. 75 g Speck anbraten und auf dem Teig verteilen.
4. 3 Eier mit 200 ml Sahne verquirlen, 75 g gewürfelten Schinken hinzufügen, mit Salz und Pfeffer würzen. In die Tarteform gießen.
5. Mit ca. 150 g geriebenem Emmentaler bestreuen.
6. 35-45 Minuten backen, bis die Oberfläche goldbraun ist.

GÂTEAU
BASQUE

1. Teig: 2 Eier mit 120 g geschmolzener Butter verrühren, dann 200 g Mehl, 100 g Mandelmehl, 10 g Backpulver, eine Prise Salz und 10 g Vanille hinzufügen.
2. Füllung: 400 ml Milch mit 80 g Zucker, 30 g Maismehl, 1 Eigelb, 10 g Vanille, 30 g dunklem Rum erhitzen. Unter Rühren eindicken lassen. Abkühlen.
3. 2/3 des Teigs in eine Tarteform (30 cm, mit Rand) drücken. Die Füllung daraufgeben. Mit einer dünnen Schicht des restlichen Teigs bedecken.
4. Mit Milch bestreichen, nach Belieben mit einer Gabel verzieren (aber keine Löcher stechen). Bei 160 °C ca. 50 Minuten backen.

Mit Liebe von
i-team France

EIN REICHHALTIGER, MANDELIGER KUCHEN
AUS DEM SÜDWESTEN FRANKREICHS.



Zweimal überlegen, bevor man kauft **Die versteckten Kosten, wenn man Innovation kopiert**

EIN WORT
VON FRANK

Manche Ideen verändern alles. Der i-mop war genau so eine Idee. Vor über zehn Jahren hat er die professionelle Bodenreinigung neu definiert: Schneller, effizienter – und gemacht für die Menschen, die ihn nutzen. Eine Maschine so intuitiv, dass man sich fragt, wie man je ohne sie arbeiten konnte.

Doch der Erfolg hat seinen Preis. Wo es Innovation gibt, lässt die Nachahmung nicht lange auf sich warten. Und in letzter Zeit hat der Markt mehr als genug davon gesehen: Maschinen, die so aussehen wie das Original – aber nicht halten, was sie versprechen. Sie untergraben genau das, was den i-mop so besonders macht: echte Innovation.

Warum Patente wichtig sind

Patente sind mehr als nur rechtlicher Schutz. Sie sind das Fundament für Fortschritt. Sie geben Erfindern den Mut, Risiken einzugehen, zu investieren – und ganze Branchen voranzubringen. Ohne Patente wären bahnbrechende Ideen die Mühe kaum wert. Denn dann könnte jeder sie einfach kopieren, ohne selbst etwas geleistet zu haben. Sobald ein Patent veröffentlicht ist, wird die zugrunde liegende Technologie sichtbar. Einige Firmen verstehen das als Einladung. Sie verändern Kleinigkeiten – gerade genug, um rechtliche Grenzen zu umgehen. Aber: Eine minimale Anpassung macht aus einer Kopie noch lange kein Original. Wahre Innovation bedeutet nicht, zu kopieren, was funktioniert – sondern etwas völlig Neues zu schaffen.

Die wahren Kosten von Nachahmungen

Ein günstiger Nachbau mag auf den ersten Blick wie ein kluger Kauf wirken. Aber was passiert, wenn er nicht die erwartete Leistung bringt? Wenn er schneller verschleißt, mehr Wartung braucht oder Sie keine rechtliche Sicherheit haben? Außerdem kann es sehr problematisch werden, wenn ein Produkt ein bestehendes Patent verletzt.

Unternehmen, die es verkaufen oder nutzen, können schnell in Schwierigkeiten geraten. Beschlagnahmen, finanzielle Rückschläge und rechtliche Probleme sind reale Folgen. Und noch etwas Wertvolleres steht auf dem Spiel: Vertrauen. Kunden verlassen sich darauf, dass Profis die besten Lösungen anbieten – nicht nur die nächstbeste Alternative.

Das Original wählen heißt auf Sicherheit setzen

Jeder i-mop basiert auf jahrelanger Forschung, Entwicklung und über 50 internationalen Patenten. Das garantiert Leistung, Zuverlässigkeit und die rechtliche Sicherheit, dass das Produkt langfristig am Markt bleibt. Bei i-team Global stehen wir für Innovation, Qualität und fairen Handel. Wer seine Investition schützen will, sollte auf das i-team-Logo achten. Kaufen Sie nur bei autorisierten Händlern. Und denken Sie daran: Wahre Innovation bedeutet nicht nur, etwas Großartiges zu schaffen. Sondern auch dafür zu sorgen, dass es großartig bleibt.

Frank van de Ven
CEO - i-team Global



Scannen Sie den QR-Code für ein ausführliches Interview mit dem renommierten Patentanwalt Maurits Westerik (Partner bei Coupry) über den Umgang mit typischen Patentfallen.

Der originale i-mop. Innovation geht voran. Kopien folgen.

Weltweit geschätzt. Aus gutem Grund patentiert.

- Die erste aufrechte Scheuersaugmaschine, die vor 10 Jahren die Reinigungsbranche verändert hat.
- Garantierte **Qualität und Langlebigkeit**.
- **Gestützt auf Innovation**, bewährt im Einsatz.
- **Konstruiert für den Vorsprung**, geschützt für Langlebigkeit.



WUSSTEN
SIE SCHON?

Eine kurze Auffrischung zu den i-team Markenrichtlinien

Wir verstehen es. Im Alltagstrubel rund um Reinigungsrevolutionen vergisst man leicht die Grundlagen. Deshalb hier eine freundliche Erinnerung an das, was i-team eben zu i-team macht.

1. Es heißt i-team, nicht I-Team.

Wir schreiben es mit einem kleinen „i“ und einem Bindestrich. Eine klare, einheitliche Identität für eine starke, globale Marke.

2. Unser Logo, unsere Regeln

Verwenden Sie das farbige Logo, wo immer möglich. Schwarz-weiß nur, wenn es absolut notwendig ist. Dunkler Hintergrund? Dann bitte die weiße Version. Symbole oder Text drumherum anordnen? Bitte nicht.



3. Die Schriftart, die für uns spricht.

Wir verwenden **Nunito Sans**. Klar, freundlich – und frei nutzbar. Verwenden Sie schwarzen Fließtext mit optionalen blauen Akzenten für Überschriften oder Hervorhebungen.

4. Unsere Haus farbe ist Pantone 312C.

Das ist dieses leuchtende, energiegeladene Blau, das Sie auf unseren Maschinen und Materialien sehen.

Für Printprodukte
verwenden Sie:
C96 M6 Y15 K0

Für digitale Produkte
verwenden Sie:
RGB 0 167 206

Ein anderer Farbton?
Nein, danke.

5. Lassen Sie es atmen

Unser Logo braucht Platz. Geben Sie ihm immer genügend Platz zum Atmen. Kein Quetschen, kein Verzerren, kein Überladen. Und ja, wir meinen es ernst: Kein Hintergrundrauschen, keine ungewöhnlichen Effekte, keine Schatten.

6. Nur eine Chance einen bleibenden Eindruck zu hinterlassen.

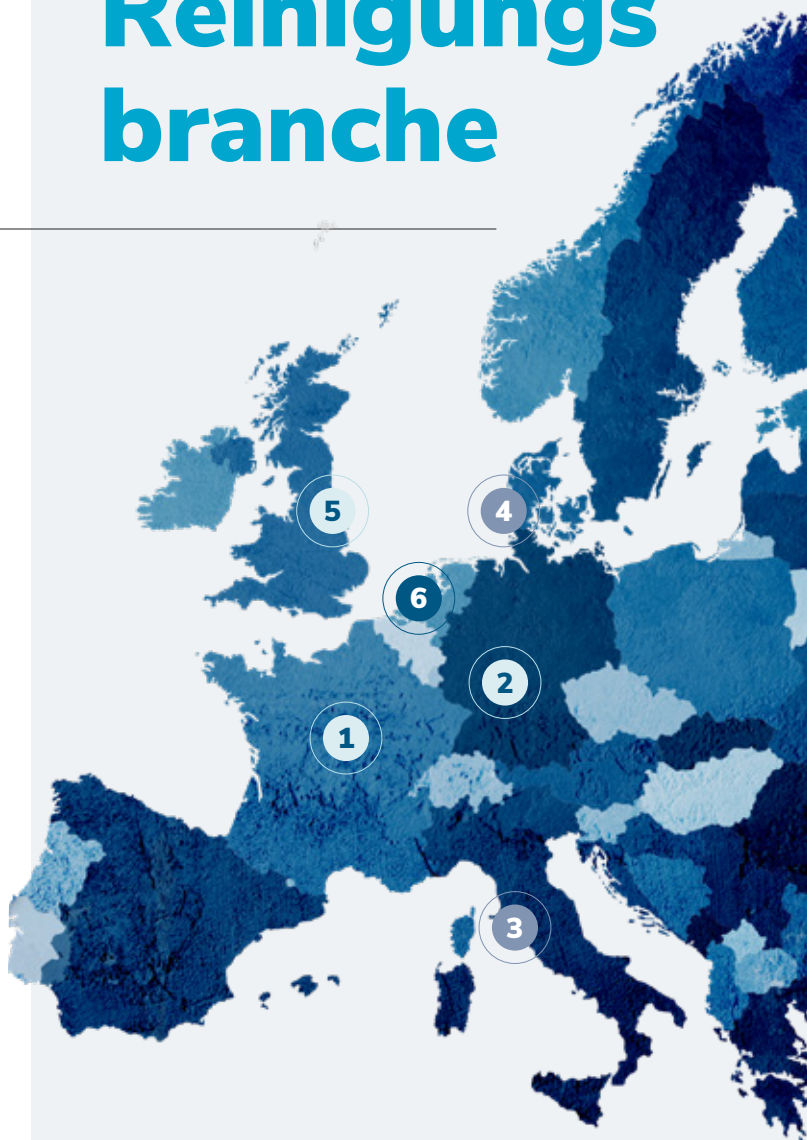
Denken Sie daran: Jeder Kontaktmoment – von einem Social-Media-Post bis zum Versandetikett – ist eine Gelegenheit, die i-team-Identität zu vermitteln. Beständigkeit ist nicht langweilig. **Es ist professionell.**

7. Textstil = hell, klar & hilfreich

Unser Tonfall ist klar und selbstbewusst – mit einem kleinen Augenzwinkern. Wir informieren, unterhalten und aktivieren – aber überfordern niemals. Kurze Absätze. Kein Fachjargon. Und hier und da ein Lächeln.

Die Herausgeberin des European Cleaning Journal, **Michelle Marshall**, nimmt uns mit auf eine Reise quer durch Europa und zeigt, was sich in der professionellen Reinigungsbranche gerade tut. Von umweltfreundlichen Maßnahmen über politische Umbrüche bis zu ausgefallenen neuen Trends – das haben uns die ersten Monate des Jahres 2025 bisher gebracht.

NEUIGKEITEN aus der europäischen Reinigungs branche



Gefährdete Gewinnspannen IN FRANKREICH

In Frankreich stehen Reinigungsunternehmen vor einem unsicheren Jahr. Angesichts der immer noch drohenden Inflation sind die Löhne in aller Munde. Obwohl Ende 2024 eine Erhöhung des Mindestlohns um 2 % eingeführt wurde, drängen die Gewerkschaften auf mehr: reine Tagesschichten, ein Ende der kurzen Teilzeitverträge und insgesamt eine höhere Vergütung. Hinter diesen Forderungen steckt eine wachsende Besorgnis um die Arbeitsbedingungen in der Branche. Eine Studie zeigt, dass inzwischen 17,3 % der Reinigungskräfte den Mindestlohn erhalten – 2015 waren es noch 11 %. Während die Löhne und Gehälter im vergangenen Jahr um 4,1 % gestiegen sind, lag die Inflationsrate bei 4,9 %. Die Arbeitgeber sind besorgt, vor allem, weil sie nicht sicher sind, ob sie diese Kostensteigerungen an die Kunden weitergeben können. Wie es ein Reinigungsunternehmen ausdrückte: „Unsere Gewinnspannen stehen auf dem Spiel – ebenso wie unser Geschäftsmodell, falls die Arbeit ausschließlich tagsüber Pflicht wird.“

Branchenweite Tarifverträge IN DEUTSCHLAND

In Deutschland wurde das neue Jahr mit Wahlen eingeläutet, und die Reinigungsbranche hat sich dabei Gehör verschafft. Der Bundesinnungsverband des Gebäudereiniger-Handwerks (BIV) startete eine Postkartenaktion (12.000 Stück gedruckt!), mit der Politiker aufgefordert wurden, Bürokratie abzubauen, die Tarifautonomie zu erhalten und die steigenden Sozialversicherungskosten anzugehen. Es gab auch gute Nachrichten: Neue branchenweite Tarifverträge traten in Kraft. Der Einstiegslohn stieg auf 14,25 €, Facharbeiter erhalten nun 17,65 €, und Auszubildende können im dritten Jahr bis zu 1.300 € verdienen. Alles Schritte hin zu gerechterer Bezahlung und mehr Anerkennung für eines der größten Handwerksberufe Deutschlands.

Sorgen um den Exportmarkt IN ITALIEN

Italien sieht sich mit wirtschaftlichen Wolken am Horizont konfrontiert. Mit den neuen US-Zöllen, die von der Trump-Administration angekündigt wurden, wachsen die Befürchtungen über deren Auswirkungen auf den Export, insbesondere von professionellen Reinigungsprodukten und -maschinen. Die USA sind Italiens zweitwichtigster Exportmarkt, und laut der Svimez-Studie könnten diese Zölle jährlich über 50.000 Arbeitsplätze gefährden. Eine weitere Herausforderung ist der Anstieg sogenannter „Italian sounding“-Produkte: Nachahmungen, die echte italienische Waren vortäuschen, jedoch ohne die Qualität oder Zertifikate. Mit steigenden Preisen könnten Verbraucher versucht sein, zu Nachahmungen zu greifen. Einige Hersteller denken bereits über Joint Ventures oder eine Produktion in den USA nach, um besser durch die Krise zu kommen.

Verpflichtung zu höheren Standards IN DÄNEMARK

In Dänemark wurde die Reinigungsbranche aufgefordert, erst die eigenen Hausaufgaben zu machen, bevor sie eine bessere öffentliche Wahrnehmung erwarten kann. Auf einer kürzlichen Branchenkonferenz warnte Kommunikationsberater Poul Madsen, dass eine schlechte Geschichte alle positiven überstrahlen kann. Branchenvertreter scheinen dem zuzustimmen und verpflichten sich zu höheren Standards, fairen Preisen, Tarifverträgen und Nachhaltigkeit.

Die ehemalige EU-Klimakommissarin Connie Hedegaard forderte die Unternehmen auf, die grüne Transformation nicht nur aus Pflichtbewusstsein, sondern als Wettbewerbsvorteil anzuführen. Unterdessen bereiten sich dänische Reinigungsfirmen auf eine neue CO₂-Steuer vor, die Energie- und Transportkosten beeinflussen könnte.

Mobiles Arbeiten IN GROSSBRITANNIEN

Großbritannien sorgt mit einem neuen Akronym für Aufsehen: WFB (Working From the Beach). Ganz genau. Mit dem Vormarsch flexibler Arbeitsmodelle erlauben einige Kommunalverwaltungen ihren Angestellten inzwischen, bis zu einen Monat pro Jahr aus dem Ausland zu arbeiten. Die Geschichten reichen von Remote-Arbeitenden auf Ibiza bis hin zu tropischen Zoom-Calls aus Thailand. Während manche dies als Zukunft der flexiblen Arbeit feiern, werfen andere kritische Fragen auf – etwa zu Einwanderung, Krankenversicherung, Haftung und Datenschutz. Ob man es liebt oder hasst – die Debatte um „WFB“ zeigt vor allem eins: Work-Life-Balance ist längst kein Luxus mehr – sie wird aktiv eingefordert.



Maßstäbe setzen an Grundschulen IN DEN NIEDERLANDEN

In den Niederlanden wurde die Qualitätsbewertung der Reinigung an Grundschulen von der Vereniging Schoonmaak Research (VSR) verbessert. Der neue Ansatz ist klüger und effizienter: Statt jeden Winkel zu überprüfen, wird nun eine repräsentative Stichprobe von Räumen begutachtet. Ein 10-Punkte-Plan (mit einem neuen Kontrollformular) führt die Prüfer durch die Bewertung – von der Auswertung der Ergebnisse bis hin zu erforderlichen Maßnahmen.

Wichtig ist: Die Bewertung ist nur indikativ, es gibt keine Strafen. Es geht um Zusammenarbeit statt Bestrafung, wobei Schulen und Reinigungsdienstleister gemeinsam an einheitlichen Standards arbeiten.

FRANKREICH
ENTDECKEN

Kunst, Aromen
und Abenteuer

EINE KULTURELLE ODYSSEE
PARIS

Paris ist mehr als eine Stadt, es ist ein lebendiges Meisterwerk. Jede Straße, jeder Platz, jedes Café erzählt eine Geschichte. Hier verschmelzen Kunst, Geschichte und Alltag nahtlos miteinander. Beginnen Sie Ihre Reise im Louvre, der Heimat des berühmtesten Lächelns der Welt. Aber die Pariser Kultur geht über da Vinci hinaus. Besuchen Sie das Musée d'Orsay für impressionistische Schätze oder erkunden Sie das Centre Pompidou, wo moderne Kunst auf architektonische Genialität trifft.

Paris ist auch eine Stadt der Kontraste. Schlendern Sie durch das Marais, wo mittelalterliche Gassen zu schicken Boutiquen führen, oder entdecken Sie das künstlerische Herz von Montmartre, wo Picasso und Dalí einst Inspiration fanden.



DAS LOUVRE-MUSEUM,
Der Louvre, Heimat von über 35.000 Kunstwerken, ist das meistbesuchte Museum der Welt. Ein Muss für Kunstliebhaber und Geschichtsinteressierte gleichermaßen.



**HALLES DE LYON
PAUL BOCUSE**
Benannt nach Frankreichs berühmtestem Koch, ist dieser Markt ein Tempel der Gastronomie, an dem Aromen lebendig werden.



EIN TRADITIONELLER BOUCHON
Lyons Bouchons bieten einen authentischen Einblick in französische Traditionen, mit Gerichten, die über Generationen weitergegeben wurden.



TARTE AUX PRALINES
Süß, knusprig und leuchtend rosa – Lyons Pralinentarte ist ebenso köstlich wie Aushängeschild.

EIN KULINARISCHES PARADIES
LYON

Wenn Paris das Herz Frankreichs ist, dann ist Lyon sein Magen. Als gastronomische Hauptstadt gilt Lyon als Ort, an dem Essen mehr als nur Nahrung ist. Es ist Tradition, Leidenschaft, Lebensart. Beginnen Sie mit einem klassischen Bouchon, Lyons charakteristischen Restaurants, in denen herzhaft, bewährte Gerichte im Mittelpunkt stehen. Probieren Sie Quenelles, zarte Hechtklöße in cremiger Sauce, oder Saucisson brioché, eine reichhaltige, buttrige Wurst im Briocheteig gebacken.

Die Märkte von Lyon sind ein Fest für die Sinne. Die Halles de Lyon Paul Bocuse, benannt nach dem legendären Koch, sind ein Paradies für Feinschmecker und bieten alles, von traditionell hergestellten Käsesorten bis hin zu frischem Fisch und Meeresfrüchten.

Kombinieren Sie Ihr Essen mit einem Glas Côtes du Rhône Wein, und gönnen Sie sich zum Dessert eine Tarte aux Pralines, eine mandelhaltige Torte in zartem Rosa, die genauso schön wie köstlich ist.

Über das Essen hinaus ist Lyons Geschichte eng verbunden mit Seide, Kino und Handwerk. Spazieren Sie durch die Traboules, versteckte Durchgänge, die sich durch die Renaissance-Architektur der Stadt schlängeln, oder besuchen Sie die Basilika Notre-Dame de Fourvière für atemberaubende Ausblicke.

EIN AKTIVES ABENTEUER
DORDOGNE

Für alle, die außerhalb der Stadt Abenteuer suchen, ist die Region Dordogne der perfekte Ort, um Natur, Geschichte und die freie Natur zu erkunden. Der Fluss Dordogne schlängelt sich durch sanfte Hügel, mittelalterliche Dörfer und Kalksteinfelsen. Eine Kajaktour auf dem ruhigen Wasser bietet spektakuläre Blicke auf alte Burgen, deren Türme sich im Fluss spiegeln.

Radfahrer können ruhige Landstraßen genießen, die durch Weinberge und Walnussaine führen, während Wanderer fantastische Wege im Vézère-Tal entdecken, Heimat einiger der ältesten und bekanntesten prähistorischen Höhlenmalereien der Welt.

Für eine echte Zeitreise lohnt sich ein Besuch in Rocamadour, einem spektakulären Dorf, das in eine Felswand gebaut wurde und seit Jahrhunderten Pilger anzieht. Die Dordogne ist nicht nur ein Abenteuer, sondern eine Reise in die Geschichte.

CAFÉ DE FLORE,
Das Café de Flore, eines der kultigsten Cafés in Paris, ist seit über einem Jahrhundert Treffpunkt für Intellektuelle, Künstler und Schriftsteller. Ein echtes Stück Pariser Lebensgefühl.



MONTMARTRE,
Einst das Herz der Pariser Bohème, ist Montmartre bis heute ein Zentrum für Künstler, Cafés und bietet atemberaubende Ausblicke über die Stadt.



PALAIS GARNIER
Das Palais Garnier ist nicht nur ein Opernhaus. Es ist ein architektonisches Meisterwerk – voller Opulenz, Geschichte und Aufführungen von Weltklasse.



**KAJAKFAHREN AUF
DER DORDOGNE**
Der Fluss Dordogne bietet eine der malerischsten Kajakstrecken Frankreichs, vorbei an historischen Burgen und Kalksteinfelsen.



ROCAMADOUR
Ein mittelalterliches Dorf, das in den Felsen gebaut wurde – Rocamadour ist seit Jahrhunderten ein bedeutender Wallfahrtsort und zählt bis heute zu den atemberaubendsten Sehenswürdigkeiten Frankreichs.

HÖHLEN IM VÉZÈRE-TAL
Das Vézère-Tal beherbergt prähistorische Höhlenmalereien und bietet einen Einblick in die Menschheitsgeschichte, die über 17.000 Jahre zurückreicht.



Für ein besseres Geschäft Unsere Reise zur B-Corp- Zertifizierung

NACHHALTIGE
WIRKUNG



Bei i-team ist Nachhaltigkeit kein Schlagwort – wir leben sie aktiv und gestalten sie gemeinsam. In den letzten zwei Jahren haben wir intensiv daran gearbeitet, ein zertifiziertes B Corporation-Unternehmen zu werden. Das bedeutet: über den Profit hinauszudenken und echten, nachhaltigen Mehrwert für Menschen, Umwelt und unsere Gemeinschaften zu schaffen.

THE GREEN TABLE: NACHHALTIGKEIT GEMEINSAM GESTALTEN

Damit diese Reise alle einbezieht, haben wir The Green Table ins Leben gerufen – ein monatliches Frühstück, bei dem sich Vertreter aller Abteilungen zusammensetzen, um über Nachhaltigkeit zu sprechen. Gemeinsam teilen wir Wissen, lösen Herausforderungen und sorgen dafür, dass jede Abteilung Gehör findet. Von der Logistik bis zum Marketing – jede Stimme zählt. Außerdem haben wir eine eigene Teams-Umgebung eingerichtet, mit zwei Kanälen:

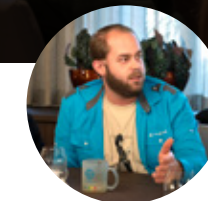
DIE FÜNF SÄULEN DER B CORP

Um eine B-Corp-Zertifizierung zu erhalten, werden Unternehmen in fünf zentralen Bereichen bewertet:

-  **Unternehmensführung.** Wie wir das Unternehmen mit Transparenz, Ethik und Verantwortungsbewusstsein führen.
-  **Beschäftigte.** Wie wir uns um unsere Beschäftigten kümmern – faire Löhne, Sicherheit, Entwicklungsmöglichkeiten und Mitbestimmung.
-  **Community.** Unsere Rolle in der Gesellschaft: Diversität, Inklusion und verantwortungsvolle Lieferketten.
-  **Umwelt.** Unser ökologischer Fußabdruck – und wie wir ihn durch intelligentes Design, grüne Energie und zirkuläres Denken reduzieren.
-  **Kunden.** Wie wir unsere Kunden ehrlich, sicher und verantwortungsvoll betreuen.

NACHHALTIGKEIT IN DER PRAXIS

Worte sind gut – aber entscheidend ist, was wir tun.
Zwei i-team-Kollegen berichten, wie sie im Arbeitsalltag konkret zu einer nachhaltigeren Zukunft beitragen:



LEROY | EINKAUF

„Das Richtige zu tun, muss auch sinnvoll sein“, sagt Leroy, der die Verpackungsstrategie von i-team überarbeitet hat. Heute verwenden wir statt Kartons aus China FSC-zertifizierte Pappe aus den Niederlanden – zu 80 % recycelt. Er gibt zu, dass der Materialwechsel Fragen aufwarf: „Kunden fragen manchmal, warum wir überhaupt noch bedruckte Kartons verwenden. Aber gute Verpackungen verhindern Transportschäden, und Markenidentität ist ein Teil von uns.“ i-partner sammeln gebrauchte Kartons zur Wiederverwertung, und jeder Karton, der wiederverwendbar ist, wird auch wiederverwendet.

Und das war nur der Anfang. Leroy sucht ständig nach besseren Alternativen – wie unsere neuen Melaminpads, die jetzt komplett aus BASF-Materialien in Deutschland bestehen. Dadurch entfällt der Einsatz von Klebstoff, und das Trägermaterial besteht zu bis zu 80 % aus recyceltem PET-Kunststoff. „Manchmal probieren wir auch etwas aus, das sich nicht bewährt“, erzählt er. „Zum Beispiel eine dünnere Versiegelung, die sich als zu empfindlich erwiesen hat. Aber auch aus fehlgeschlagenen Tests lernen wir etwas.“



HUUB | FACILITY MANAGER

Huub arbeitet hinter den Kulissen daran, unsere Arbeitsumgebungen grüner zu gestalten. „Ich sehe es als meine Aufgabe, das nachhaltigste Umfeld zu schaffen, das möglich ist“, sagt er. Heizsysteme werden durch Hybridpumpen ersetzt, zusätzliche Ladestationen für Elektrofahrzeuge wurden installiert, und der gesamte neue Strom stammt aus lokalen, grünen Quellen.

Er hat außerdem wassersparende Sensorarmaturen eingeführt, achtet auf nachhaltig produzierte Lebensmittel und Getränke und überwacht den Energie- und Wasserverbrauch über intelligente Zähler und Daten der Solarmodule. „Das hilft uns genau zu verstehen, was wir verbrauchen – und wie wir uns verbessern können“, erklärt er. Ein weiteres zentrales Thema ist die Abfalltrennung: „Wir trennen schon jetzt Müll, aber es gibt noch Luft nach oben. Oft sind es die kleinen Dinge, die in der Summe viel bewirken.“

DER E-MOBILITÄTSPLAN

Nachhaltigkeit endet nicht an der Bürotür. Mit dem Electric Mobility

„ICH SEHE ES ALS
MEINE AUFGABE AN,
EINE MÖGLICHST
NACHHALTIGE UMWELT
ZU SCHAFFEN“ – HUUB

Plan (EMP) können Beschäftigte von i-team ein E-Auto oder E-Bike zu attraktiven Konditionen leasen. Keine Bonitätsprüfung, kein Papierkram. Vom Lagerteam bis zu den Designern – mehr als die Hälfte von i-team Global ist inzwischen elektrisch unterwegs. Leise, sauber und mit einem Lächeln. „Grüne Entscheidungen sollten einfach sein und Spaß machen“, sagt Gerald Bartholomeus, der das Projekt leitet. „Nur so erreicht man echten Wandel.“

Ein Schritt nach dem anderen

Ein B Corp zu werden bedeutet nicht, perfekt zu sein – sondern sich weiterzuentwickeln. Es geht darum, uns selbst an höhere Standards zu messen und mit jeder Entscheidung einen Schritt in die richtige Richtung zu gehen. Ob Verpackung, Transport, Energie oder der Umgang mit Menschen – jede Veränderung bringt uns näher an das Unternehmen, das wir sein wollen. Gemeinsam bauen wir an einer besseren Zukunft.

GUARDIANS OF THE CLEANROOM

The SAFE-T-Family



faster



cleaner



greener



safer



better

Weitere Informationen zur SAFE-T-Familie finden Sie unter i-teamglobal.com oder scannen Sie den QR-Code.

