

Werttreiber Gebäudemanagement

FM-Innovationen: Der Reinigung ein Gesicht geben

Eduard C. Kutyma

Facility Manager nimmt der Kunde meist erst wahr, wenn Probleme auftreten. Folglich ist das Image der Dienstleister nicht das beste. Betroffen sind vor allem die Gebäudereiniger, die in der Regel nur vor oder nach den Bürozeiten tätig werden dürfen. Entsprechend eng ist ihr Zeitfenster, entsprechend ungünstig sind die Arbeitszeiten und entsprechend gering ist die Motivation der „unsichtbaren Helfer“. Mit der „integrierten Reinigung“ werden die Dienstleister für den Kunden sichtbar, ihre Leistungen werden den Kundenwünschen besser gerecht und besser kontrollierbar, verspricht der Autor. (Red.)

Hinter dem Begriff der integrierten Reinigung steckt die einfache aber dennoch wirkungsvolle Idee, den persönlichen Dialog zwischen Mitarbeiter und Reinigungskraft zu ermöglichen und dadurch die Dienstleistung zu steuern und zu verbessern. Im Gegensatz zur herkömmlichen Reinigung, bei der die Arbeiten nach Geschäftsschluss anhand eines statisch festgelegten Plans erfolgen und das Personal nach getaner Arbeit unbemerkt verschwindet, erhalten die Reinigungskräfte einen ganz anderen Stellenwert. Sie sind jeden Tag beim Kunden vor Ort und werden in die Arbeitsabläufe eingebunden.

Einbindung der Reinigung in die Kunden-Prozesse

Dabei erhalten sie eine individuelle Aufgabenstellung durch die persönlichen Wünsche des Arbeitsplatznutzers – er allein bestimmt den Service-Grad. Das Ergebnis: Die Aufräumarbeiten richten sich stärker am tatsächlichen Bedarf aus. Außerdem sind die Servicekräfte dann zur Stelle, wenn Verschmutzungen entstehen oder kurzfristig behoben werden müssen, etwa nach Besprechungen oder nach der Mittagspause.

Die überaus positiven Rückmeldungen der Unternehmen, die bereits auf das Reinigungsmodell setzen, zeigen, dass die Rechnung aufgeht. Ein Beispiel macht die Vorteile deutlich. Ist ein Angestellter in Urlaub oder beruflich mehrere Tage unterwegs, wird die Reinigungskraft am betreffenden Arbeitsplatz nur grob nach dem Rechten schauen und die so gewonnene Zeit in andere Aufgaben investieren. Am Vortag der Rückkehr des Arbeitsplatznutzers wird dessen Bereich

dann jedoch besonders gründlich gereinigt.

Reinigung als Störfaktor?

Die Einwände gegen die Umstellung von einer konventionellen Reinigung hin zur integrierten Reinigung sind meist die gleichen. Viele Entscheider schrecken zurück, weil sie befürchten, die Reinigungsarbeiten wären ein Störfaktor. Dass dies nicht der Fall ist, bestätigt Holger Rohde, FM-Projektleiter bei der Deka-Bank Frankfurt: „Wir waren vor sieben Jahren Vorreiter bei der Einführung der integrierten Reinigung und haben das Konzept auch mitentwickelt. Die Bedenken, die Arbeiten würden den Arbeitsablauf beeinträchtigen, haben sich als falsch erwiesen. Es ist einfach eine Umgewöhnung, die bei uns aber dazu beigetragen hat, dass die Reinigungsleistung insgesamt positiver wahrgenommen wird.“

Um Geräuschbelästigungen zu vermeiden, werden laute Tätigkeiten wie Staubsaugen oder die Teppichreinigung einfach vor den Bürozeiten erledigt. Für alle Kunden, die sich bislang für das Reinigungskonzept entschieden haben, wurden Regelungen entwickelt, um den Störfaktor möglichst gering zu halten. Kommen die Reinigungsarbeiten an einem Arbeitsplatz einmal unangelegentlich, weil der Kunde beispielsweise unter

Zeitdruck ist, werden sie einfach auf einen späteren Zeitpunkt verschoben – dazu reicht eine kurze Information an die Servicekraft.

Vorteile auf zwei Ebenen

Das wichtigste Argument für die integrierte Reinigung ist aus Einkäufersicht sicherlich das Einsparpotenzial. Es liegt im Vergleich zur klassischen Reinigung bei etwa zehn bis 15 Prozent. Doch das ist nicht der einzige Aspekt, der für das Konzept spricht. Vor allem aus der Perspektive desjenigen, der die Reinigungsarbeiten auf Kundenseite koordiniert und kontrolliert, ergeben sich weitere klare Vorteile.

So nimmt die Zahl der Reklamationen ab und die Qualität der Reinigungsarbeiten wird als besser empfunden, weil eventuelle Mängel oder besondere Wünsche ganz einfach mit der zuständigen Reinigungskraft besprochen werden können. Diese direkte Kommunikation zwischen Dienstleistungserbringer und -empfänger entlastet den Verantwortlichen und ist ebenfalls für den Arbeitsplatznutzer positiv, weil er ein unmittelbares Feedback auf seine Kritik bekommt.

Ein weiterer Pluspunkt: Durch die bewegliche Leistungsanpassung entsteht eine Vielzahl von Synergieeffekten. Nicht zuletzt spielt für den Verantwortlichen die Messbarkeit der Reinigungsleistungen und deren Kontrolle eine wichtige Rolle – auch hier reduziert sich sein Arbeitsaufwand durch die integrierte Reinigung.

Soziale Einbindung als Kontrollmechanismus

Das Ziel der integrierten Reinigung ist es, reklamationfrei und reklamationresistent zu sein. Dabei ist die Kontrolle ein ständiges Element: Qualitätsüberprüfungen finden jeden Tag durch das direkte Feedback des Kunden an die Servicekraft statt. Zusätzlich erfasst die Wisag durch strenge und umfangreiche Kundenbefragungen Mängel oder Änderungswünsche.

Da jeder Mitarbeiter der Reinigung ein festes Revier zugeteilt bekommt, ist immer klar, wer bei Reklamationen oder Fragen der richtige Ansprechpartner ist. Das legt Verantwortung in die Hände der Reinigungskräfte, die diese gerne annehmen. Durch die Ausrüstung des Reinigungspersonals mit Mobiltelefonen und

Der Autor

Eduard C. Kutyma ist Geschäftsführer der WISAG Gebäudereinigung Holding GmbH & Co. KG, Frankfurt am Main.

einer eigenen E-Mail-Adresse sind sie zusätzlich jederzeit erreichbar.

„Damit die integrierte Reinigung funktioniert, sind Vertrauen in den Dienstleister und die Bereitschaft nötig, Kontrolle auf andere Ebenen zu verlagern. Dieses Zulassen von mehr Verantwortung für die Reinigungskräfte entlastet gleichzeitig den Auftraggeber, weil die Reinigungskräfte Reklamationen nun direkt abwickeln. Dass Beschwerden bis zu mir durchdringen, kommt mittlerweile fast gar nicht mehr vor“, so Rohde.

Durch dieses innovative Konzept steigt zudem die Motivation des Reinigungspersonals, einen großen Ehrgeiz zu entwickeln, um die Kunden zufriedenzustellen. Positive Rückmeldungen der Kunden und ein Prämiensystem fördern diese Leistungsbereitschaft zusätzlich – schließlich ist die Anerkennung der geleisteten Arbeit ein wichtiger Motivationsfaktor.

Grundvoraussetzung: die richtigen Mitarbeiter

Durch die neue Art der Reinigung ergeben sich automatisch neue Anforderungen an das Reinigungspersonal. Mit ihm steht und fällt das Konzept. Sie müssen neben dem fachlichen Know-how auch die soziale Kompetenz besitzen, um den Dialog mit den Kunden zu führen. Daher werden für den täglichen, direkten Kundenumgang nur gut ausgebildete und aufgeschlossene Mitarbeiter ausgewählt.

Zusätzlich erhalten die Servicekräfte in speziellen Vorbereitungsseminaren ein umfassendes Kommunikations- und Servicetraining. So gerüstet leben die Reinigungskräfte die Dienstleistung beim Kunden aktiv. Dazu gehört die offensive Nachfrage, ob er mit einer Leistung zufrieden ist oder ob Anpassungen nötig sind. Ein solches Vorgehen macht den Mitarbeitern des Kunden deutlich, dass ihre Zufriedenheit bei der Reinigung im Mittelpunkt steht.

Transparenz und Kommunikation sind die Schlüsselworte bei der integrierten Reinigung. Das gilt besonders bei der Einführung des Konzeptes. Nicht nur die Mitarbeiter des Dienstleisters, auch die Angestellten des Kunden werden auf die integrierte Reinigung eingestimmt. Bewährt haben sich Informationsstände, die im Vorfeld auf die Umstellung aufmerksam machen und die Reinigungskräfte sowie die Wisag vorstellen. Artikel

in den unternehmensinternen Medien des Kunden tragen ebenfalls zur Vorbereitung bei. Am Starttag selbst schaffen kleine Aufmerksamkeiten und die persönliche Vorstellung der zuständigen Reinigungskraft an jedem Arbeitsplatz – verbunden mit dem Hinweis, jederzeit für Fragen ansprechbar zu sein – eine gute Atmosphäre.

Ergänzend dazu trägt eine spezielle Arbeitskleidung zur positiven Wahrnehmung bei. Die Textilien werden so gestaltet, dass sie sich an der Corporate Identity des Kunden orientieren. So werden beispielsweise Kunden- und Wisag-Logo auf die Kleidung gestickt. Um die Ansprache der Reinigungskräfte zu erleichtern, sind zudem die Namen gut sichtbar auf der Kleidung angebracht. All dies trägt dazu bei, dass das Servicepersonal als Partner wahrgenommen wird.

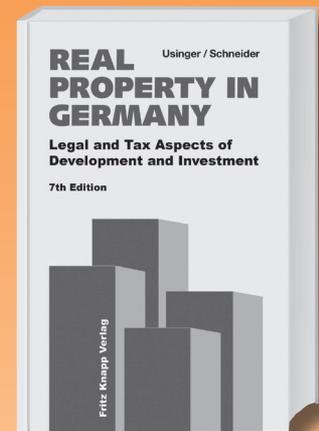
Schließlich sollte die soziale Komponente nicht außer Acht gelassen werden. Die Dienstleistung Reinigung wird aufgewertet und aus dem Dunklen geholt. Die Einbindung in den Tagesablauf und das Feedback der Kunden, dass die Kräfte gute Arbeit verrichten, stärkt das Selbstbewusstsein des Reinigungspersonals. Es ist stolz, seinen Teil zum Arbeitsfluss beim Kunden beitragen zu können. Gleichzeitig steigt die Wertschätzung der Kunden für die erbrachte Leistung.

Soziale Komponente

Mit dem größeren Zeitfenster für die Putzarbeiten ist es außerdem möglich, Reinigungskräften feste und längere Arbeitszeiten anzubieten und so mehr sozialversicherungspflichtige Jobs zu schaffen. Die extrem geringe Fluktuation bei den Angestellten zeigt, dass die integrierte Reinigung auch bei den Servicekräften gut ankommt.

Wirtschaftlich betrachtet, bietet die integrierte Reinigung eine klassische Win-Win-Situation, bei der die Zufriedenheit aller Beteiligten und die Qualität der erbrachten Dienstleistung steigen. „Die integrierte Reinigung ist persönlicher Service von Mensch zu Mensch und eine tolle Lösung für alle“, zieht Rohde Resümee. „Unsere Mitarbeiter können ihre Wünsche äußern und sind zufrieden. Das Reinigungspersonal ist aufmerksam und mit Spaß bei der Arbeit, wir sparen 15 Prozent unserer Reinigungskosten und die Qualität ist sogar noch gestiegen – ein rundum gelungenes Konzept.“

Deutsches Immobilienrecht für ausländische Investoren



Wolfgang Usinger/
Hans-Josef Schneider
**Real Property in Germany /
Legal and Tax Aspects of
Development and Investment**
7., überarbeitete Auflage 2008.
512 Seiten, gebunden, € 56,00.
ISBN 978-3-8314-0820-7.

Der praxisorientierte Ratgeber vermittelt dem englischsprachigen Fachmann der internationalen Immobilienbranche alle wesentlichen zivilrechtlichen, öffentlichrechtlichen und steuerlichen Aspekte eines Immobilieninvestments in Deutschland.

Ein umfangreicher Anhangteil enthält Vertragsbeispiele wie Grundstückskaufvertrag, Generalunternehmervertrag und Mietvertrag (zweisprachig) sowie einen deutsch-englischen und englisch-deutschen Index, der das sprachliche Verständnis erleichtert.

Fritz Knapp Verlag

60046 Frankfurt am Main
Postfach 11 11 51
Telefon (069) 97 08 33-21
Telefax (069) 707 84 00
vertrieb@kreditwesens.de
www.kreditwesens.de