



FS Media AG
5524 Niederwil AG
056/ 610 79 55
www.facilityservices-fs.ch

Medienart: Print
Medientyp: Spezial- und Hobbyzeitschriften
Auflage: 5'000
Erscheinungsweise: 6x jährlich

Themen-Nr.: 576.001
Abo-Nr.: 576001
Seite: 8
Fläche: 113'463 mm²

Facility Services-Branche: Steigende Nachfrage nach integralen Lösungen

An und für sich hat sich die Facility-Services-Branche immer nach vorne bewegt. Grosse Trends sind nicht zu erkennen, gewisse Tendenzen dennoch feststellbar. Die Branche lebt und sie bewegt, all den Preisdiskussionen zum Trotz. Wir wollten von massgebenden Unternehmen wissen, wie sie die kommenden Monate und Entwicklungen beurteilen und haben ihnen einige Fragen dazu gestellt. Nicht alle konnten uns ihre Antworten rechtzeitig schicken. Trotzdem veröffentlichen wir gerne an dieser Stelle diejenigen, die es geschafft haben. Besten Dank!

1. Welche sind die grossen Markt-Veränderungen in der Facility Services Branche und im Handel?
2. Wie reagieren Sie darauf und welche Folgen hat dies für den Markt bzw. Ihre Kunden?
3. Wie heben Sie sich dabei von Ihren Mitbewerbern ab?
4. Zum Schluss, was sind Ihre persönlichen Ziele für das Jahr 2015?



Dr. Thomas Schnell, Dr. Schnell AG

1. Ob Spital, Büro- oder Handels-Immobilie – die Anforderungen an die professionelle Gebäudereinigung werden immer komplexer. Das liegt an den gesetzlichen Regelungen und den Erwartungen der Kunden. Gleichzeitig steht für die Reinigung immer weniger Zeit zur Verfügung. Umso wichtiger wird es da, einen Partner zu haben, der in allen Fragen der Hygiene schnell und zuverlässig die richtige Antwort hat.
2. Je höher die Anforderungen, desto «fitter» müssen wir sein. Wir investieren daher intensiv in die Kompetenz unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und erhöhen kontinuierlich die Qualität un-

seres Services. Zudem entwickeln wir täglich Produkte, die die neuen Anforderungen bestens erfüllen – Produkte, die hochwirksam und sicher in der Anwendung sind und gleichzeitig gesundheits-, umwelt- und materialschonend.

3. Wir sind seit Generationen ein familiengeführtes Unternehmen. Daher leben wir aus Überzeugung Grundwerte wie Zuverlässigkeit, Freundlichkeit, Wertschätzung und Kompetenz. Dies spüren unsere Kunden. Langfristig wollen wir uns gemeinsam mit unseren Kunden entwickeln. Einen ganz wesentlichen Beitrag dazu leistet unser Schulungsinstitut Alegria – es bietet uns die bestmögliche Weiterentwicklung, um jederzeit up to date und kompetent für unsere Kunden da zu sein.
4. Es ist mir ein grosses Anliegen, noch mehr Kunden von unseren Produkten und vor allem unseren tollen Mitarbeitenden zu begeistern – und dadurch die Qualität der Reinigung noch einmal zu erhöhen. Auf diesen Weg freue ich mich sehr.



FS Media AG
5524 Niederwil AG
056/ 610 79 55
www.facilityservices-fs.ch

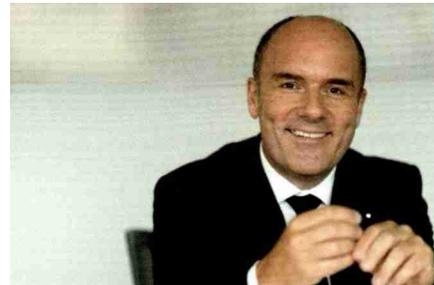
Medienart: Print
Medientyp: Spezial- und Hobbyzeitschriften
Auflage: 5'000
Erscheinungsweise: 6x jährlich

Themen-Nr.: 576.001
Abo-Nr.: 576001
Seite: 8
Fläche: 113'463 mm²



Karl Steiner, Kärcher AG

1. Von grossen Änderungen zu sprechen im Facility Services Markt wäre vielleicht etwas übertrieben. Der Markt verändert sich seit einigen Jahren stetig, jedoch nicht in grossen Schritten. Einerseits steigen die Anforderungen von grossen international tätigen Firmen, die sich immer stärker auf ein Single Sourcing fokussieren. Dies ist in anderen Branchen bereits stärker der Fall, daher hat die FS Branche noch Aufholbedarf. Wir stellen fest, dass Kunden immer mehr Dienstleistungen abgedeckt haben möchten, die nicht der klassischen Reinigung zugesprochen werden können. Damit steigen auch die Anforderungen an das Personal und die Dienstleister. Als Hersteller stellen wir fest, dass auch wir immer mehr Dienstleistungen anbieten, wie z.B. ein Flottenmanagement für den Reinigungsgerätepool unserer Kunden.
2. Für den innovativen Anbieter von Maschinen, Geräten und Dienstleistungen öffnen sich immer wieder neue Türen. Kärcher wird weiterhin viel investieren in Innovationen, denn nur so kann man die Reinigung und die Reinigungsprozesse in Zukunft besser beherrschen.
3. Kärchern ist reinigen. Kärcher ist der Inbegriff von innovativen Reinigungslösungen – we make the difference!
4. Ein gutes Jahr zu haben für meine Mitarbeiter und mich und immer wieder daran zu denken, dass man Spass hat an der Arbeit.



André Nauer, ISS Schweiz AG

1. Das vergangene Jahr in der FS-Branche war geprägt durch eine hohe Nachfrage und namhafte Ausschreibungen. Einen Trend zum Outsourcing, vor allem bei privaten Unternehmen, können wir klar bestätigen. Seitens Kunde stellen wir aber auch einen steigenden Kosten- und Spardruck fest, gleichzeitig geht die Erwartungshaltung der Kunden Richtung bedürfnisgerechte Individuallösungen. Auch zeichnet sich im FS-Bereich verstärkt die Tendenz zu integralen Lösungsansätzen ab. Gerade bei internationalen und supranationalen Playern ist der Bedarf nach harmonisierten Lösungen über die Landesgrenze hinaus gross. Zudem beobachten wir im Branchenumfeld eine zunehmende Industrialisierung der Leistungserbringung.
2. Als integraler Serviceanbieter verfügt ISS über eine komplette Dienstleistungspalette im FS-Bereich. Um wettbewerbsfähig zu bleiben, braucht es aber eine kontinuierliche Optimierung und Weiterentwicklung der Prozesse, Systeme und Expertise, um die Bedürfnisstruktur der Kunden noch genauer erfassen zu können. Hinzu kommt, dass wir als innovativer Anbieter laufend neue strategische Industriesegmente evaluieren und in diese mit massgeschneiderten Servicekonzepten investieren.
3. Wir verstehen uns als Serviceunterneh-



FS Media AG
5524 Niederwil AG
056/ 610 79 55
www.facilityservices-fs.ch

Medienart: Print
Medientyp: Spezial- und Hobbyzeitschriften
Auflage: 5'000
Erscheinungsweise: 6x jährlich

Themen-Nr.: 576.001
Abo-Nr.: 576001
Seite: 8
Fläche: 113'463 mm²

men, das sich durch drei Punkte auszeichnet: In erster Linie sind es unsere Mitarbeitenden, welche unsere Service-Kultur als Leitgedanken jeden Tag leben. «Geht nicht – gibts nicht.»; dadurch wollen wir uns von Marktbegleitern differenzieren. Dank einer maximalen Eigenfertigungstiefe von deutlich über 80 Prozent verfügen wir im Weiteren über ein enorm breites und tiefes Fachwissen im Unternehmen. Dies gewährt uns grösstmögliche Flexibilität in der Leistungserbringung. Zum einen können wir bei neuen Anforderungen rasch und kompetent Lösungen bereitstellen, zum anderen können wir den geforderten Qualitätsstandard aus eigener Hand ohne komplizierte Schnittstellen sicherstellen.

Und nicht zuletzt differenzieren wir uns durch den integralen Ansatz des Komplett-Anbieters, was uns wiederum erlaubt, Services zu bündeln. Dadurch kreieren wir interessante Multitasking-Jobs, die vielfältig sind. Unsere Fachspezialisten können sich dadurch auf ihr Fachgebiet fokussieren, und Generalisten-Tätigkeiten können durch Allrounder wahrgenommen werden.

- Wir haben uns unternehmensintern die Ziele gesetzt, die sehr guten Resultate aus den Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheitsumfragen vom Vorjahr erneut zu erreichen. Das wäre bereits ein grossartiger Erfolg. Insbesondere unter Berücksichtigung, dass wir in diesem Jahr von 664 Mio. auf 730 Mio. Franken überdurchschnittlich stark wachsen und unsere Belegschaft entsprechend gefordert ist. Deswegen liegt unser Management-Fokus auf unseren Mitarbeitenden respektive deren Entwicklung wie im selben Masse auf den individuellen Kundenbedürfnissen. Wenn es uns gelingt, die Mitarbeiter-Motivation hochzuhalten

und gleichzeitig die Kundenerwartungen an ISS zu erfüllen, so werden wir unsere Ziele erreichen.

Ich selber werde mich für eine stark verankerte und motivierende Unternehmenskultur engagieren und alles daran setzen, dass ISS für unsere hochqualifizierten Mitarbeiter die erste Wahl als Arbeitgeber bleibt. Kontinuität ist für mich als Dienstleister das höchste Gut, um langfristig Erfolg zu haben.



Thomas Kyburz, Wetrok AG

- Es gibt auch weiterhin eine Konsolidierung im Markt. Der Handel bewegt sich immer mehr in die Breite – die Spezialisierung steht zu oft im Hintergrund. Unternehmungen, die sich auf Effektivität in der gesamten Wertschöpfungskette konzentrieren und nicht lediglich auf den Preis nehmen klarere Positionen im Markt ein.
- Für Wetrok steht Kundennähe und Mehrwert für den Kunden absolut im Vordergrund. Dies bedingt eine klare Positionierung und eine langfristige, nachhaltige Ausrichtung. Wir von Wetrok unterstützen unsere Kunden dort, wo allfällige offene Fragen bestehen oder ganz einfach die Kapazität nicht vorhanden ist. Der Markt, unsere Kunden und wir rücken näher zusammen, um mit vereinten Kräften und kumulierten Fähigkeiten kompetitiv und aktiv am Markt tätig zu sein.
- Was unseren Kunden «Kopferbrechen»



FS Media AG
5524 Niederwil AG
056/ 610 79 55
www.facilityservices-fs.ch

Medienart: Print
Medientyp: Spezial- und Hobbyzeitschriften
Auflage: 5'000
Erscheinungsweise: 6x jährlich

Themen-Nr.: 576.001
Abo-Nr.: 576001
Seite: 8
Fläche: 113'463 mm²

bereitet, machen wir uns zum Auftrag. Kundennähe, aktiver Austausch und gemeinsame Lösungsfindung zählen zu unseren Spezialitäten. Mit unserem System- und Methoden-Ansatz gehen wir Herausforderungen mit einer ganzheitlichen Betrachtung an und finden auch dort die optimale Lösung, wo andere bereits kapituliert haben.

Dabei liegt unser Fokus nicht einfach in der Erarbeitung eines theoretischen Ansatzes – wir begleiten unsere Kunden auch auf dem Umsetzungsweg, bis das Angedachte auch in der Praxis funktioniert.

4. Wir werden die Wetrok konsequent auf dem eingeschlagenen Pfad von Systemen und Methoden weiterentwickeln. Ganzheitliche Lösungen erweitert mit innovativen Produktlösungen zu unseren Kunden bringen. Unser Ziel ist es, für unsere Kunden auch 2015 der optimale Partner zu sein. Wir begeistern unsere Kunden!

Die weitere Entwicklung des Images unserer Branche ist uns zudem ein wichtiges Anliegen.



Marc Preisig, Welta AG

1. Unserer Ansicht nach ist die Ist-Situation im FS Markt die, dass immer noch ein Preiskampf herrscht und dies wohl ein ewiges Dauerthema bleiben wird. Die Veränderung aber ist, dass erfolgreiche Anbieter jedoch nicht bedingungslos jeden Preiskampf mitmachen können, denn das Qualitätsbewusstsein und die Kompetenz ihrer Kunden ist in den letzten Jahren stark gestiegen. Zudem nimmt auch die Wichtigkeit bezüglich ausgebildeter Fachleute beim FS Anbieter zu. Um diesen Umständen gerecht zu werden, heben sich viele FS Dienstleister vom «normalen Markt» ab, bauen ihr Portfolio an Angeboten aus und führen Arbeitsabläufe ein, die effizienter und konkurrenzfähig sind. Ganz ähnlich ist es im Handel, immer bessere Qualität und mehr Dienstleistung wird wohl gefordert, aber bitte nicht zu teuer.
2. Auf diese Entwicklung reagieren wir als Handel ähnlich wie unsere Kunden im FS Bereich. Wir setzen auf hohe Qualität, gut ausgebildetes Personal, sei es im Vertrieb oder im Expert-, Beratungswesen, und bieten unseren Kunden Systeme, Maschinen und Equipment an, mit denen sich ihre Arbeit effizienter und wirtschaftlicher gestalten lässt. Ausserdem bieten wir heute nicht nur irgendetwas an, sondern holen die Kundenbedürfnisse klar ab. So sind wir ein Partner und nicht nur ein Lieferant für unsere



FS Media AG
5524 Niederwil AG
056/ 610 79 55
www.facilityservices-fs.ch

Medienart: Print
Medientyp: Spezial- und Hobbyzeitschriften
Auflage: 5'000
Erscheinungsweise: 6x jährlich

Themen-Nr.: 576.001
Abo-Nr.: 576001
Seite: 8
Fläche: 113'463 mm²

Kunden. Um weitere Kosten für unsere Kunden zu sparen, bieten wir ein grosses Lager mit raschem Umschlag sowie ein fortschrittliches, einfaches, personalisiertes Bestellwesen für Verbrauchsmaterial im Webshop an.

- Wir heben uns von unseren Mitbewerbern, nebst den bereits erwähnten Massnahmen bei der Frage 2, ab, indem wir z.B. absolut professionelle und von ausgebildeten Berufsleuten aus der Branche durchgeführte Reinigungs- und Führungskurse nicht nur in unserem Dienstleistungszentrum in Möhlin, sondern auch vermehrt direkt im Objekt unserer Kunden durchführen. Zudem werden wir immer wieder fündig auf der Suche nach neuen Geräten, Systemen und Maschinen auf dem Weltmarkt, die wir unseren Kunden exklusiv anbieten können. Mit diesen Gadgets wiederum haben sie die Möglichkeit, sich vom Durchschnitt abzuheben. Zu alledem gehört auch eine seriöse, ehrliche Beratung; das ist der Kitt für eine gute und erfolgreiche Zusammenarbeit Handel – Kunde.
- Unsere Kundenbeziehungen in der Facility Service und Gebäudereiniger Branche zu festigen und neue, interessante Kontakte in diesem spannenden Umfeld zu knüpfen. Ein weiteres Ziel ist auch, dass auch wir als Zulieferer das Image des Gebäudereinigers weiter positiv fördern.



**Katrin Ferge, SCA HYGIENE PRODUCTS
AFH Sales GMB**

- Technologische Möglichkeiten im Rahmen des Computer Aided Facility Management (CAFM) erobern immer mehr Bereiche innerhalb des Gebäudes. Wir bei Tork denken, dass Zukunftstechnologien wie vernetzte Systeme im Waschraum in Zukunft zunehmend an Bedeutung gewinnen. Facility Manager und Reinigungsdienstleister werden tagtäglich damit konfrontiert, ihre Leistungen im Spannungsfeld zwischen hoher Qualität und steigendem Kostendruck erbringen zu müssen. Ihr Ziel ist es, die betriebliche Effizienz bei Reinigungs- und Instandhaltungsmassnahmen zu verbessern und trotzdem die Professionalität ihrer Dienstleistung zu steigern. Tork hat diese Herausforderungen verstanden und bietet entsprechende Lösungen an.
- Tatsächlich hat Tork eine Vielzahl innovativer Lösungen wie Tork EasyCube™ im Portfolio. Das smarte Spender-System ist mit Sensoren ausgestattet und meldet die Funktionsparameter per UMTS an einen Server. Bindet man die Daten in ein Qualitätsmanagementsystem ein, lassen sich durch das Echtzeit-Monitoring verschiedener Funktionsparameter die Reinigungsprozesse besonders zeit- und kosteneffizient gestalten. Die Fachkräfte können dann zum Beispiel die Reinigungsrouten flexibel an den tatsächlichen Bedarf anpassen und

Datum: 23.02.2015

FACILITY SERVICES

DAS MAGAZIN FÜR GEBÄUDEMANAGEMENT | INSTANDHALTUNG | SERVICES



FS Media AG
5524 Niederwil AG
056/ 610 79 55
www.facilityservices-fs.ch

Medienart: Print
Medientyp: Spezial- und Hobbyzeitschriften
Auflage: 5'000
Erscheinungsweise: 6x jährlich

Themen-Nr.: 576.001
Abo-Nr.: 576001
Seite: 8
Fläche: 113'463 mm²

machen keine Wege mehr umsonst.

3. Unabhängig von Wachstum und Neuentwicklungen sehen wir bei Tork die Mitarbeiter, die hinter den Dienstleistungen der Unternehmen stehen, als die zentrale Säule der Reinigungsindustrie an. Deshalb stehen bei uns die Bedürfnisse des Reinigungspersonals und eine Optimierung der Prozesse im Zentrum. Angesichts des weltweiten wirtschaftlichen Aufschwungs wird es immer schwieriger werden, neue Mitarbeiter zu finden. Damit gewinnt der menschliche Faktor immer mehr an Bedeutung. Indem wir die Meinung unserer Kunden als Basis für Innovationen nutzen, vereinfachen wir nicht nur deren Arbeitsalltag, sondern steigern auch ihre Zufriedenheit mit unseren Produkten. Damit stärken wir gleichzeitig unsere Wettbewerbsfähigkeit im Markt
4. Ich freue mich auf ein weiteres interessantes Jahr bei Tork und bin gespannt, wie sich der Markt – speziell in der Schweiz – weiterentwickeln wird. Es warten viele aufregende Projekte, Messen und andere Events, die ich mit Vorfreude erwarte. Ein grosses Ziel wird es sein, die Marke Tork in der Schweiz weiter zu positionieren und voranzutreiben. Dabei helfen uns insbesondere fruchtbare Kooperationen mit Branchenmedien wie «Facility Services».