Irina Pericin Häfliger

Reinigungsmanagement

Handbuch zur Gestaltung von Reinigungsdienstleistungen

2. aktualisierte Auflage

rhw management

Irina Pericin Häfliger

Reinigungsmanagement

Handbuch zur Gestaltung von Reinigungsdienstleistungen

Verlag Neuer Merkur GmbH

Impressum

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.ddb.de abrufbar.

© 2018 Verlag Neuer Merkur GmbH
Verlagsort: Postfach 12 53, D-82141 Planegg

Alle Urheberrechte vorbehalten. Vervielfältigungen bedürfen der besonderen Genehmigung.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmung und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Alle in dieser Veröffentlichung enthaltenen Angaben, Ergebnisse usw. wurden von der Autorin nach bestem Wissen erstellt und von ihr und dem Verlag mit größtmöglicher Sorgfalt überprüft. Gleichwohl sind inhaltliche Fehler nicht vollständig auszuschließen. Daher erfolgen alle Angaben ohne jegliche Verpflichtung oder Garantie des Verlages oder der Autorin. Sie garantieren oder haften nicht für etwaige inhaltliche Unrichtigkeiten (Produkthaftungsausschluss). Im Text sind Warennamen, die patent- oder urheberrechtlich geschützt sind, nicht unbedingt als solche gekennzeichnet. Aus dem Fehlen eines besonderen Hinweises oder des Zeichens ® darf nicht geschlossen werden, es bestehe kein Warenschutz.

Irina Pericin Häfliger
Reinigungsmanagement
ISBN 978-3-95409-045-7
2. aktualisierte Auflage 2018

Titelgestaltung: Joachim Ullmer, Martina Stolzmann
Titelfoto: Fotolia/imagebos
Autorenfoto: ZHAW, Wädenswil
Layout: Martina Stolzmann

Druck: Beltz Grafische Betriebe GmbH, Bad Langensalza

Geleitwort

Professionelle Reinigungsdienstleistungen sind mehr als ein *notwendiges Übel* am Rande von Medizin, Pflege, Betreuung oder Vermittlung von Bildung. Vor dem Hintergrund steigender Ansprüche der Gäste, aber auch dem wachsenden Konkurrenzdruck in Krankenhäusern, Altenheimen, Bildungsstätten oder Verwaltungsgebäuden um nur einige Einrichtungen zu nennen, ist die Qualität von Reinigungsdienstleistungen ein mitentscheidender Wettbewerbsfaktor.

Wie wichtig vor diesem Hintergrund eine ganzheitliche Betrachtung der Reinigungsdienstleistungen ist, legt Irina Pericin Häfliger im vorliegenden Buch dar. So gehört zur Betrachtung der Reinigungsleistungen im ersten Teil die Auseinandersetzung mit der Reinigung als Beseitigung von Schmutz – und das zum Teil in intimsten Bereichen genauso wie die soziale Stellung der in der Reinigung tätigen Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen. Pericin Häfliger macht deutlich, dass bei der Betrachtung und Beurteilung von Sauberkeit jeder mitspricht, denn *bei der Reinigung sind alle Profis*. Neben diesen grundsätzlichen Betrachtungen stehen Begriffsklärungen, rechtliche Vorgaben genauso wie die Einbettung der Reinigungsdienstleistungen in den Managementprozess oder die Bedeutung der Bauplanung für die spätere Reinigung.

Im zweiten Teil entwickelt die Autorin das Management der Reinigungsdienstleistung: Von der Zielsetzung, der Planung, der Kalkulation und Implementierung, der Umsetzung und Kontrolle werden alle wichtigen Phasen der Reinigungsdienstleistung beschrieben. Beispiele wie das Hamburger Modell für die Krankenhausreinigung, Leistungswerte für Büroräume oder die Hotelzimmerreinigung vermitteln den notwendigen Praxisbezug. Ob Ausschreibung oder Personaleinsatzplanung – alle wichtigen Themen im Management von Reinigungsleistungen werden ausführlich behandelt. Interessant ist dabei für den Leser, dass Regelungen und Richtlinien in Deutschland, der Schweiz und Österreich nebeneinander dargestellt werden.

Den Anspruch einer ganzheitlichen Betrachtung von Reinigungsdienstleistungen hat Pericin Häfliger mit dem vorliegenden Buch definitiv erfüllt. Sie legt ein umfangreiches Instrumentarium für eine professionelle Reinigungsorganisation vor, die Lernenden hilft, sich in diesen Arbeitsbereich einzuarbeiten und Praktiker unterstützt, wenn eine Ausschreibung ansteht oder das Qualitätsmanagement verbessert werden soll. Viele praktische Beispiele runden die Ausführungen ab.

Irina Pericin Häfliger bereichert auf wunderbare Weise die Fachbuchreihe aus dem Verlag Neuer Merkur.

Spaß beim Lesen und viel Erfolg bei der Gestaltung Ihrer Reinigungsdienstleistungen wünschen

Dr. Barbara Hohmann Beck
Vizedirektorin a. D., Alterszentren der Stadt Zürich

Christina Hohmann-Schaub
Berufsverband Hauswirtschaft e.V.

Vorwort

Das vorliegende Fachbuch behandelt die Organisation der Reinigung aus Managementsicht. Es liefert für die Praktiker im deutschsprachigen Raum im Sinne eines Nachschlagewerkes konkrete Hilfestellungen mit theoretischem Hintergrund für die auftretenden Fragestellungen und kann in der Bildung für Ausbildungszwecke verwendet werden. Der Inhalt gibt Impulse für Innovationen und kreative Lösungen in der Reinigungsbranche. Das Buch dient als Nachschlagewerk.

Als Dozentin für Reinigungs- und Textilmanagement am Institut für Facility Management der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften unterrichte ich die Themen Reinigungsorganisation und -management bereits seit mehreren Jahren im Bachelorstudiengang *Facility Management* sowie im Master of Advanced Studies in Facility Management. Meine dazu ergänzende Tätigkeit in der Beratung von Unternehmen und Organisationen u. a. in Bezug auf die Reinigungsorganisation bietet mir den nötigen Bezug zur Praxis.

Es ist mir ein großes Anliegen, das ursprünglich für die Ausbildung von Facility Managern und Facility Managerinnen gesammelte und erarbeitete Wissen für das Management der Gebäudereinigung strukturiert in einem Buch der Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Auf diese Weise kann ich das Wissen der Branche würdigen.

Diese Absicht führte mich zu dem Wagnis, ein Buch zu verfassen und es der Kritik des Marktes auszusetzen. Ein Buch zu schreiben ist für mich einerseits eine große Ehre und andererseits eine herausfordernde Aufgabe, zudem bringt es eine noch größere Verantwortung mit sich. Die jetzt vorliegende Fassung des Buches ist als Diskussionsbeitrag und Hilfsmittel gedacht. Viele Aspekte können nur ansatzmäßig behandelt werden und freuen sich auf eine vertiefte Betrachtung durch die Fachwelt.

Die Auswahl der betriebswirtschaftlichen Theorie erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit und erfolgte aus persönlicher Sicht. Bestimmte Themen werden breiter besprochen, weil ich denke, dass sie speziell in der Reinigungsbranche diskutiert werden sollten, wie z. B. die Serviceorientierung. Andere Themen, wie z. B. das Qualitätsmanagement oder Controlling sind im Theorieteil kurz gefasst, da sie bereits in anderen Fachpublikationen aufgegriffen werden. Grundsätzlich wird die allgemeine betriebswirtschaftliche Theorie eher übergeordnet behandelt, damit das Reinigungsmanagement im Kontext

der Betriebswirtschaft betrachtet werden kann. Die Aufgaben des Reinigungsmanagements sollen in diesem Buch jedoch im Zentrum stehen.

Der Inhalt des Buches ist in die zwei Teile gegliedert: 1. Einführung in das Management von Reinigungsdienstleistungen und 2. Managen von Reinigungsdienstleistungen. Im ersten Teil werden allgemeine Grundlagen wie die Bedeutung der Reinigung, organisationstheoretische Aspekte oder die Nachhaltigkeit in der Reinigung thematisiert. Im zweiten Teil des Buches werden anhand eines Planungsrades für die Reinigung konkrete Aufgaben des Reinigungsmanagements, wie z. B. das Erstellen von Leistungsverzeichnissen oder die Kalkulation des Reinigungsaufwands, erläutert. Reinigungstechnik und allgemeine Betriebswirtschafts- sowie Managementlehre sind abgegrenzt. Der Spagat zwischen praktischen Anleitungen und theoretischen Impulsen ist hoffentlich gelungen. Wichtig ist mir, dass jeweils unterschiedliche Lösungsansätze präsentiert und diskutiert werden, damit Neues weiter entwickelt werden kann.

Nun hoffe ich sehr, dass mit den vorliegenden Inputs die Reinigungsdienstleistungen, unabhängig davon, ob Eigen- oder Fremdreinigung, weiterentwickelt werden können. Ich freue mich auf Ihre Rückmeldungen. Denn nur gemeinsam lässt sich Wissen weiterentwickeln und ein Umfeld erschaffen werden, in dem sich die Menschen wohlfühlen und ihren Aktivitäten nachgehen können.

Ich danke Ihnen, liebe Leserin und lieber Leser, für Ihr Interesse an diesem Fachbuch.

Irina Pericin Häfliger

Vorwort zur zweiten Auflage

Das Wagnis hatte sich gelohnt. Ich war voller Freude, aber damals nicht ganz sicher, wie das Fachbuch für das Management von Reinigungsdienstleistungen am Markt ankommt. Mit Dankbarkeit stelle ich fest, dass das Buch grosse und breite Beachtung gefunden hat. Mit dem Buch wurden viele Verantwortliche für das Reinigungsmanagement aus Deutschland, der Schweiz und Österreich konkret in ihren Aufgaben und Herausforderungen unterstützt. Ich höre von Leserinnen und Lesern, dass das Buch dazu beitragen kann, die richtigen Fragen zu stellen, Antworten auf konkrete Fragestellungen zu erhalten und dass sie daraus zur Unterstützung ihrer eigenen Vorhaben zitieren.

Um Reinigungsdienstleistungen an die Bedürfnisse der Kunden und die technologischen Entwicklungen anzupassen, hilft ein systematisches und umsichtiges Vorgehen. Davon bin ich gerade in der aktuellen Zeit der digitalen Transformation überzeugt und möchte durch die zweite Auflage weiterhin meinen Beitrag dazu leisten. Ich wünsche Ihnen, liebe Leserin und lieber Leser, die für Sie gewünschten und nötigen Inputs und danke für Ihr Engagement für die Reinigungsbranche. Zudem bin ich gespannt auf Ihre Erfahrungen mit und Rückmeldungen zum Buch.

Ich danke dem Verlag, insbesondere Ulrich Bartel und Robert Baumann, für die sehr angenehme Zusammenarbeit und Unterstützung zur Realisierung der zweiten Auflage. Grosse Ehre erweisen uns Markus Asch, Stellvertretender Vorsitzender der Geschäftsführung und Geschäftsführer Professional Channels bei der Alfred Kärcher GmbH & Co. KG und Jürg Brechbühl, Head of Facility Management der Vebego AG Schweiz, mit je ihrem Statement zum Buch. Im Zentrum stehen Sie als Leserin und Leser, und ich richte meinen besonderen Dank an Sie, für den Erwerb des Buches!

Irina Pericin Häfliger, Juli 2018

Danksagung

So danke ich an dieser Stelle allen, die mich in der Arbeit für das Buch begleitet, unterstützt und inspiriert haben! Im speziellen danke ich den FM-Studierenden der ZHAW für ihre Inputs im Unterricht und in den studentischen Arbeiten zum Thema Reinigungsmanagement.

Ich danke ganz besonders dem Verlag Neuer Merkur in München für das Vertrauen und die Geduld, die man in mich als Jungautorin gesetzt hat. Hervorheben möchte ich die großartige Unterstützung durch Robert Baumann, der das Buch von A bis Z sehr engagiert begleitet hat.

Meinen Vorgängerinnen und Kolleginnen für den Unterricht Reinigungsorganisation Dr. Dorothea Auerswald, Andrea Beetschen Schaad, Magdalena Blaser, Barbara Domeisen, Rahel Rohrbach, Annemarie Sigrist, Cornelia Thaler, Ilona Traber, Cécile Wiederkehr Abdallah und Monika Zeilinger danke ich für die gute Basis, die sie in ihren Skripten erarbeitet haben.

Dr. oec. troph. Barbara Hohmann Beck hat mich im Schreibprozess gekonnt gecoacht. Sie und ihre Schwester, Christine Hohmann Schaub, haben durch ihre konstruktive Kritik am Buch ganz Wesentliches beigetragen. Johanna Lötscher und Matthias Köhn danke ich für das Durcharbeiten des Manuskripts aus Sicht der Praxis und für ihre wertvollen Inputs.

Bei Irene Arnold Moos, Jürg Brechbühl, Anja Fuchs-Barbana, Thomas Hofmann, Dieter Huland, Georg Lintner, Thomas Mayrhofer, Linda Thomas, Monika Zeilinger und vielen anderen Reinigungsfachpersonen konnte ich mit Fragen anklopfen. Ich danke für ihre fach- und prozessbezogene Diskussionsbereitschaft und kostbaren Beiträge.

Vorbehaltlos und großzügig wurde ich von meinen Vorgesetzten Susanne Hofer (Leiterin Kompetenzgruppe Hospitality Management) und Thomas Wehrmüller (Leiter Institut für Facility Management) an der Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften (ZHAW) in meinem Vorhaben unterstützt. Ralf Baierl hat sämtliche Grafiken formatiert, ein großes Dankeschön auch ihm.

Das Buch widme ich meinem Ehepartner, Johann Häfliger-Pericin. Er hat mich zusammen mit unserer Tochter Anaïs Josefine in diesem Projekt liebevoll unterstützt. Mein Mann, meine Mutter Dorothea Pericin-Rauhut, Eva Hager und ihre Familie, die Schwestern und Mitarbeitenden des Ferienhauses Amden und insbesondere des Klosters der Dominikanerinnen in Rickenbach LU bereiteten mir immer wieder vorbehaltlos den für das Schreiben nötigen ruhigen Raum. Kloster Rickenbach wurde für mich zu einer Oase und Kraftquelle in dieser herausfordernden Zeit als berufstätige Mutter und Autorin.

Inhaltsverzeichnis

Teil 1 – Einführung in das Management von Reinigungsdienstleistungen 19

1 Grundverständnis für Reinigungsdienstleistungen 21
1.1 Begriffe rund um das Reinigen 21
1.1.1 Schmutz und Sauberkeit 21
1.1.2 Reinigung und Pflege 27
1.1.3 Hygiene 29
1.1.4 Reinigung als Teil der Facility Services 29
1.1.5 Reinigungsleistungen 30
1.1.6 Reinigungsarten 33
1.1.7 Rollen im Dienstleistungsprozess Reinigung 35
1.2 Geschichte der gewerblichen Reinigung 36
1.3 Philosophische Gedanken zur Bedeutung der Reinigung 40
1.4 Wahrnehmung der Reinigungsleistungen aus Sicht der Öffentlichkeit 42
1.5 Wirtschaftliche Bedeutung der Gebäudereinigung 43
1.5.1 Reinigungsdienstleistungen aus Sicht der Auftraggeber 43
1.5.2 Reinigungsdienstleistungen aus Sicht der Anbieter 47
1.5.3 Reinigungsdienstleistungen aus Sicht der Arbeitnehmer/-innen 54

2 Ziele und Aufgaben der Reinigung 60
2.1 Ziele der Reinigung 60
2.2 Zielkonflikte beim Erbringen von Reinigungsleistungen 62
2.3 Auswirkungen bei Zielverfehlungen 68
2.4 Aufgaben der Reinigung 70

3 Reinigungsleistungen als Dienstleistungen 72
3.1 Reinigungsleistungen aus der Dienstleistungssicht 72
3.2 Reinigungsdienstleister und ihre Anspruchsgruppen 79
3.3 Wahrnehmung von Reinigungsdienstleistungen und dessen Beeinflussbarkeit 84

4 Rechtliche Vorgaben für das Erbringen von Reinigungsleistungen 88

5 Organisations- und Managementlehre für Reinigungsdienste 90
5.1 Begriff Organisation 90
5.1.1 Institutioneller Organisationsbegriff: organisatorische Eingliederung der Reinigung in die Unternehmensorganisation 92
5.1.2 Instrumenteller Organisationsbegriff: Aufbau- und Ablauforganisation 93
5.1.3 Funktionaler Organisationsbegriff: Gestaltungsprinzipien der Organisation 95
5.1.4 Ziele der Reinigungsorganisation 98
5.1.5 Reorganisation und Methoden zur Problemlösung 98
5.2 Funktionen von Organisationen 101
5.2.1 Koordinationsfunktion 101
5.2.2 Motivationsfunktion 102
5.2.3 Orientierungsfunktion 104
5.3 Organisationstheorien mit Bezug zur Reinigung 105
5.3.1 Organisationstheorien 105
5.3.2 Aktueller Bezug der Organisationstheorien zur Reinigungspraxis 110
5.4 Reinigung im Kontext von Facility Management 112
5.5 Prozessmanagement 115
5.5.1 Begriffe 115
5.5.2 Strukturierung der Prozesse 115
5.5.3 Prozessdefinition für Reinigungsdienstleistungen aus FM-Sicht 116
5.5.4 Prozessarten 119
5.5.5 Modellierung von Prozessen 120
5.6 Kriterien für eine gute Reinigungsorganisation 123

6 Nachhaltiges Reinigungsmanagement 125
6.1 Relevanz für das Reinigungsgewerbe 125
6.2 Begriffe: Nachhaltigkeit, nachhaltige Entwicklung, Reinigung 125
6.3 Implementierung von Nachhaltigkeit 127
6.4 Labels und Zertifizierungen für Nachhaltigkeit 128
6.5 Reinigungsfreundliche Bauplanung – eingeplante Sauberkeit 128

7 Ganzheitliches Managementmodell für Reinigungsdienstleistungen 134

Teil 2 – Managen von Reinigungsdienstleistungen 143

1 Situation erfassen 145
1.1 Reinigungsbedarf und Kundenwünsche 145
1.2 Normative Zielvorgaben 146
1.3 Planungsziele 147
1.4 Planungsgrundlagen 149
1.4.1 Planungsinformationen 149
1.4.2 Raumverzeichnis 150
1.4.3 Flächenerfassung 152
1.4.4 Raumgruppenverzeichnis 158
1.5 Softwarelösungen und Apps für das Reinigungsmanagement 162
1.5.1 Arten von Softwarelösungen 162
1.5.2 Anforderungen an Softwarelösungen für das Reinigungsmanagement 163
1.5.3 Vorgehen zur Evaluation und Einführung von Softwarelösungen 163
1.5.4 Marktübersicht und Trends für Softwarelösungen 167

2 Ziele setzen 169
2.1 Instrumente zur Zieldefinition für Reinigungsdienste 169
2.1.1 Vision und Mission 169
2.1.2 Leitbild 170
2.1.3 Zielsetzungen 174
2.1.4 Beispiel: Von der Vision zur Jahreszielsetzung 176
2.2 Reinigungsstandard 177
2.3 Marketingkonzept 180

3 Konzept entwerfen 184
3.1 Pflegeplan 184
3.2 Methoden- und Prozessbeschreibungen 185
3.3 Arbeitsschutz, Arbeitnehmer/-innenschutz, Gesundheitsschutz 185
3.3.1 Begriffe und gesetzliche Grundlagen 185
3.3.2 Risiken und Gefahren in der Gebäudereinigung 187

3.3.3	Schutz- und Präventionsmaßnahmen in der Gebäudereinigung	191
3.4	Betriebsmittel	195
3.5	Leistungsspezifikation	201
3.5.1	Leistungsbeschreibung	201
3.5.2	Leistungsverzeichnis	205
3.5.3	Service Levels – Leistungs- und Qualitätsbeschreibungen	231
3.5.4	Service Level Agreements – Vereinbarungen über Reinigungsleistungen	231
3.5.5	Key Performance Indicators – Überprüfung von Reinigungsverträgen	235
3.6	Arbeitsteilung und Schnittstellen	240
3.7	Personelle Organisation	244
3.7.1	Organisationsstruktur	244
3.7.2	Organisationsformen im Objekt	246
3.8	Qualitativer Personalbedarf	250
3.8.1	Anforderungsprofil	250
3.8.2	Stellenbeschreibung	252
3.9	Qualitätssicherung	256
3.9.1	Sinn und Zweck der Qualitätssicherung für Reinigungsdienstleistungen	256
3.9.2	Dimensionen für die Definition der Reinigungsqualität	257
3.9.3	Aspekte der Ergebnisqualität von Reinigungsleistungen	259
3.9.4	Qualitätsmesssysteme und -methoden für Reinigungsdienstleistungen	259
3.9.5	Qualitätssicherungskonzept	263
3.9.6	Beispiele von qualitätssichernden Maßnahmen	265
3.9.7	Instrumente zur Qualitätssicherung	265
3.9.8	Softwarelösungen zur Qualitätssicherung von Reinigungsdienstleistungen	267
3.9.9	Zertifizierungssysteme für Qualitätsbestrebungen für Reinigungsdienstleistungen	268
3.10	Ausschreibung	269
3.10.1	Definition und Ziele einer Ausschreibung	269
3.10.2	Besonderheiten bei öffentlichen Ausschreibungen	270
3.10.3	Vorgehen bei einer Ausschreibung	273
3.10.4	Inhalte einer Ausschreibung	283

3.10.5 Öffentliche Bekanntmachung/ Publikation von Ausschreibungen 288
3.10.6 Form von Ausschreibungen 289
3.10.7 Bewertung von Angebotsunterlagen 291
3.11 Dokumentation Reinigungsplanung 298
3.11.1 Übersicht 298
3.11.2 Reinigungskonzept 299
3.11.3 Hygienekonzept 299
3.11.4 Reinigungshandbuch 300

4 Kalkulieren und entscheiden 303
4.1 Leistungszahlen (Leistungsmaße/Leistungskennziffern) 303
4.1.1 Begriff und Einflussfaktoren 303
4.1.2 Ermittlung von Leistungszahlen 306
4.1.3 Festlegen von Leistungszahlen 308
4.1.4 Leistungszahlen tätigkeitsorientierte Unterhaltsreinigung 311
4.1.5 Leistungszahlen ergebnisorientierte Unterhaltsreinigung 316
4.1.6 Leistungszahlen Spezialreinigung 317
4.1.7 Leistungszahlen Zusatzleistungen 317
4.1.8 Effizienzberechnungen mithilfe von Leistungszahlen und Produktivität 318
4.1.9 Frequenzen 318
4.2 Kalkulation Zeitbedarf für Reinigungsdienstleistungen 320
4.2.1 Grundlagen Kalkulation 320
4.2.2 Formel für die inputorientierte Berechnung des Zeitbedarfs (tätigkeitsorientiert) 321
4.2.3 Formel für die outputorientierte Berechnung des Zeitbedarfs (ergebnisorientiert) 321
4.2.4 Zuschläge 321
4.3 Quantitativer Personalbedarf 321
4.3.1 Einflussfaktoren 321
4.3.2 Ermittlung Stellenbedarf Reinigungspersonal 322
4.3.3 Ermittlung Stellenbedarf Managementebene Reinigungsorganisation 325
4.4 Kosten- und Preisberechnung 327
4.4.1 Für die Ermittlung der Reinigungskosten relevante Kostenarten 327

4.4.2 Voll- und Teilkostenrechnung für Reinigungsdienstleistungen 329
4.4.3 Berechnung der Reinigungskosten und -preise mit einem Stundenverrechnungssatz (D) bzw. Stundensatz (A), Kalkulationslohn (CH) 332
4.4.4 Exkurs Preisbildung 334
4.4.5 Reinigungskosten aus Nutzersicht 336
4.4.6 Modelle für die Verrechnung von Reinigungsdienstleistungen 336
4.4.7 Anreizsysteme 337
4.4.8 Optimierungspotenzial zur Senkung der Reinigungskosten 339
4.5 Angebot 340
4.6 Make-or-buy-Entscheid 341
4.6.1 Begriff Outsourcing 341
4.6.2 Ausprägungsformen Outsourcing 341
4.6.3 Outsourcing und Unternehmensstrategie 344
4.6.4 Begriff Insourcing 345
4.6.5 Entscheidungskriterien für Make-or-buy 346
4.6.6 Vor- und Nachteile von interner und externer Leistungserbringung 351
4.6.7 Wahl des Outsourcing-Partners und Aufbau einer Outsourcing-Beziehung 353
4.6.8 Personalübernahme oder -entlassung 356
4.7 Vergabe 358
4.8 Vertragsgestaltung 358
4.8.1 Vertragsarten für Reinigungsdienstleistungen 358
4.8.2 Verträge über Reinigungsleistungen 359
4.8.3 Inhalt von Verträgen über Reinigungsleistungen 362
4.8.4 Verträge für Glas- und Spezialreinigung 364

5 Implementierung planen 365
5.1 Implementierungsplan 365
5.2 Kommunikationskonzept 366
5.3 Personaleinsatzplanung 368
5.3.1 Grundlagen für die Personaleinsatzplanung 368
5.3.2 Dienstpläne 369
5.3.3 Arbeitspläne 371
5.3.4 Einsatzpläne 375

5.4 Schulungskonzept 375
5.4.1 Sinn und Zweck von Schulungskonzepten 375
5.4.2 Inhalte und Konzeption von Schulungskonzepten 376
5.4.3 Vorbereitung und Durchführung von Schulungen 378
5.5 Change Management 379

6 Umsetzen und Ausführen 380
6.1 Objektübergabe bzw. -nahme 380
6.2 Personalführung 380
6.3 Bereitstellung von Material und Infrastruktur 381

7 Kontrollieren und Rückmelden 383
7.1 Ausführungs- und Ergebniskontrolle 383
7.2 Verrechnung 383
7.3 Erfolgskontrolle 385
7.3.1 Elemente der Erfolgskontrolle von Reinigungsdienstleistungen 385
7.3.2 Konzeptionierung der Erfolgskontrolle 386
7.3.3 Kennzahlen 386
7.4 Beschwerdemanagement 388
7.5 Kontrollauswertungen 389
7.6 Benchmarking 390

8 Verbessern und Fortführen 391
8.1 Zielanalyse: Zielerreichung 391
8.2 Maßnahmenplan 392
8.3 Kontinuierlicher Verbesserungsprozess und Innovationen 392

Anhang
1 Rechtliche Bestimmungen und Richtlinien für die Reinigung 397
2 Nachhaltigkeitscheck für Reinigungsorganisationen 410
3 Nachhaltigkeitslabels für die Reinigungsbranche 417
4 Checkliste Objektbesichtigung für Unterhaltsreinigung 419
5 Beispiele von Softwarelösungen und Apps für das Reinigungsmanagement 421
6 Umrechnungstabelle Industrie – Uhrzeit 427

Fachbegriffe 429

Literaturverzeichnis 435
Teil 1 435
Teil 2 443

Abbildungsverzeichnis 457
Teil 1 457
Teil 2 458

Tabellenverzeichnis 461
Teil 1 461
Teil 2 462

Stichwortverzeichnis 467

Teil 1

Einführung in das Management von Reinigungsdienstleistungen

1 Grundverständnis für Reinigungsdienstleistungen

Ein vertieftes Verständnis der Grundbegriffe rund um die Reinigung und eine Auseinandersetzung damit sind für das Managen von Reinigungsdienstleistungen zentral. In diesem Kapitel werden die Begriffe Schmutz, Sauberkeit, Reinigung, Pflege und Hygiene definiert und deren Verwendung erläutert.

Weil Reinigungsleistungen per Definition Dienstleistungen sind, werden die Eigenschaften von Dienstleistungen und der Dienstleistungsprozess in Bezug zur Reinigung beschrieben und das Potenzial einer kunden- und marktorientierten Sichtweise skizziert.

1.1 Begriffe rund um das Reinigen

1.1.1 Schmutz und Sauberkeit

Schmutz ist Materie zur falschen Zeit am falschen Ort und Sauberkeit lässt sich als Zustand definieren, der das Fehlen von Verunreinigungen beschreibt.

Durch Reinigungsaktivitäten wird Schmutz entfernt sowie Ordnung hergestellt und dadurch ein Zustand von Sauberkeit und Ordnung angestrebt (Abb. 1).

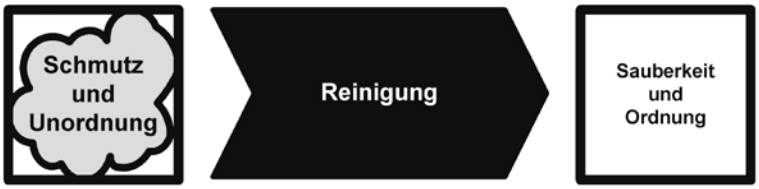

Abb. 1: Wirkung der Reinigungsaktivitäten

Schmutz (Verunreinigung) kann aus allen Stoffen bestehen, die im täglichen Leben zu Hause, in der Arbeit und Freizeit sowie unterwegs vorkommen (Stache, Grossmann, 1992, S. 25). Als Schmutz werden demnach alle Stoffe/Dinge bezeichnet, die zum Zeitpunkt der Beurteilung nicht an den zu beurteilenden Platz gehören. Split auf einem eisglatten Weg beim Eingang in ein Gebäude im Winter bewahrt die Besucher unter Umständen vor Unfällen, ein paar Meter weiter im Gebäude kann der Split bereits störend wirken und sogar den weichen Holzfußboden schädigen. Oftmals wird erst die Ansammlung der Materie als Schmutz wahrgenommen, da die einzelnen Schmutzpartikel meist mikroskopisch klein sind. Schmutzpartikel können fest, halbfest oder flüssig sein. Schmutz ist eine weitgehend subjektive Emp-

findung, die sich nicht nur von Mensch zu Mensch, sondern auch kulturspezifisch unterscheidet.

Die Sichtbarkeit des Schmutzes hängt von der Farbe und Musterung der Oberfläche ab. So macht sich Schmutz auf weißen und glatten schwarzen sowie einfarbigen Oberflächen am stärksten, auf grauen Oberflächen mittel und auf braunen Oberflächen am schwächsten bemerkbar. Leicht gemusterte, eher dunkle Oberflächen (z. B. Bodenbeläge) sind deswegen sehr reinigungsfreundlich, weil der Schmutz länger *unsichtbar* bleibt.

Aus Sicht der Reinigung beeinflussen Menge, Ort, Haftung, Löslichkeit, Alter sowie Zusammensetzung des Schmutzes die Bestimmung der Reinigungsmethode sowie den Reinigungsaufwand.

Die Anhaftung des Schmutzes wird durch die Art des Schmutzes, die Größe und das Alter des Schmutzes sowie die Beschaffenheit der Oberfläche beeinflusst. Für die Beschreibung des Reinigungsergebnisses wird oft von haftenden und nicht haftenden Verunreinigungen gesprochen. In Tabelle 1 werden neben der Anhaftung des Schmutzes noch weitere Unterscheidungskriterien für die Beschreibung des Schmutzes sowie konkrete Beispiele aufgeführt: Die Löslichkeit und die Zusammensetzung. Alle drei Kriterien sind reinigungstechnisch relevant.

Weiter spielt das Alter von Schmutzpartikeln eine große Rolle. Je älter der Schmutz, desto schwieriger ist dessen Entfernung, da er z. B. eintrocknet oder sich chemisch mit der Oberfläche verbindet. Das hat zur Folge, dass der Zeitaufwand für die Reinigung sowie der Chemikalieneinsatz steigen. Deswegen ist es ratsam, auftretende Verschmutzungen möglichst unmittelbar zu entfernen.

Um den Reinigungsprozess besser zu verstehen, ist es wichtig, die **Formen von Schmutz** zu kennen (Diversey (2010), Kap. 1, S. 10–11):

- Staub,
- Fett,
- Rauch,
- Flüssigkeit,
- Fleck,
- Chemikalie,
- Gummi,
- menschliches Haar und Hautpartikel,
- Mikroorganismus,
- Schädling,
- Geruch.

Tab. 1: Unterscheidungskriterien von Schmutz (nach Lutz/Steinberger, 2005, S. 24 ff und Diversey (2010), Kap. 1, S. 9)

Kriterium	1. Ebene	2. Ebene	Beispiele
Schmutzhaftung	Lose aufliegender Schmutz	Grobschmutz (der direkt sichtbar ist)	Getränkedosen, Papierreste, Fäden, Fusseln
		Feinschmutz (der nicht unbedingt sichtbar ist)	Staub, Rußteile, Sand
	Haftender Schmutz	Wasserlöslich	Getränkeflecken, Straßenschmutz
		Wasserunlöslich	Absatzstriche, Kaugummi, Fettflecken, Speisereste
Löslichkeit	Entfernbar mit Wasser, bzw. wässrigen Reinigungsprodukten	Bildung einer Lösung Emulgierung	Zucker, Salz Fette, Wachse durch Tenside
	Entfernbar mit Lösemitteln, bzw. lösemittelhaltigen Reinigungsprodukten	Bildung einer Lösung	Fett, Öl, Lacke, Klebstoffe, Kaugummi, Kunststoffe
	Nicht entfernbar mit Wasser und organischen Lösemitteln	Mechanisch	Oxidationen, Rost, Patina
Zusammen-setzung	Farbschmutz		Farben, Lacke
	Ölschmutz		Hautfett, Speiseöle, Mineralöle, Schmalz
	Pigmentschmutz (Staub)	Mineralisch	Metallstäube, Zementstaub, Steinstaub
		Organisch	Viren, Bakterien, Pilzsporen, Blütenstaub, Holzstaub
Schäden (Hinweis: Verbesserung nicht durch Reinigungs-prozess herstell-bar. Daher sind Schäden kein Kriterium, um Reinigungsqualität zu messen!)	Oberflächen-verändernder Schmutz	Farbliche Veränderung	Durch Sonneneinstrahlung veränderte Farben auf Textilien
		Oxidation Diffusion	Rost Fette können synthetisches Material, z.B. PVC Bodenbeläge durchdringen
		Mechanischer Schaden	Kratzer, Druckstellen, Gehstraßen auf textilen Bodenbelägen (Abnutzung), Brandlöcher, ausgefranste Nähte, Kanten, Blasenbildungen
		Chemischer Schaden	Durch Chemikalien (oft Desinfektionsmittel) oder andere Flüssigkeiten wie z. B. saures Reinigungsmittel auf Marmor, Fruchtsaft auf Kalkstein, Benzin auf Asphalt)

Staub ist die Sammelbezeichnung für feinste feste Teilchen (Partikel), die in Gasen, z. B. in der Luft aufgewirbelt, lange Zeit schweben können. Je nachdem wird Staub nach der Partikelgröße oder nach der Staubart unterteilt. Staub gehört zu den aufliegenden Feinverschmutzungen und entsteht durch mechanische Zerkleinerung. Er kann zum Transportmittel für krankheitserregende Keime und krebserzeugende Stoffe werden oder zur Explosionsgefahr beitragen. Staub verringert die Trittsicherheit von Bodenbelägen. Lutz/

Steinberger (2005, S. 26) schreiben, dass ein staubiger Bodenbelag z. B. durch zu geringe Reinigungshäufigkeit bis zu 50 % seiner Trittsicherheit verlieren kann. Die Schädlichkeit von Staub ist abhängig von der Anzahl der Staubteilchen, der Größe der Partikel und von ihrer chemischen Zusammensetzung.

Durch die Reinigung wird nicht nur Schmutz entfernt, es kann dadurch auch *Schmutz* entstehen. Reinigungspersonal und deren Material hinterlassen nach der Reinigung Emissionen. Diese Emissionen können in Form von Düften (Parfüms der angewandten Reinigungschemie oder persönliche Düfte der Mitarbeiter/-innen) im Raum haften bleiben oder sie können z. B. in Form einer neuen Anordnung der Dinge im Raum (insbesondere des Mobiliars oder Kleininventars) oder einer neuen Stimmung auftreten. Dieser sogenannte ***atmosphärische Schmutz*** kann als angenehm oder unangenehm empfunden werden. Er ist kaum mit Worten zu beschreiben, aber dennoch manchmal spürbar. Beispielsweise merkt man bei der Büroreinigung, wenn die Reinigungskräfte ausgewechselt werden, z.B. bei Ferien- sowie Krankheitsvertretungen. Thomas meint, dass unter Umständen auch das Reinigungspersonal den atmosphärischen Schmutz in zu reinigenden Räumen wahrnehmen kann. Alles, was in einem Raum getan wird, hinterlasse Spuren. Also hinterlassen z. B. Gespräche oder Sitzungen, in denen Entscheidungen getroffen werden, je nach Situation eine erfreuliche oder bedrückende Stimmung im betroffenen Raum (nach Thomas (2011), 5.89).

Schmutz zu machen, bedeutet gemäß Zaugg (2006) auch **Fortschritte** zu machen. Denn bei Fortschritt fällt Schmutz an. Thomas (2011, S. 76) schreibt, dass Schmutz Folge und zugleich Anlass menschlicher Aktivität ist. Durch das Reinigen werden Räume wieder in eine Art Urzustand versetzt, damit die vorgesehene Nutzung erhalten bleibt bzw. neue Fortschritte ermöglicht werden. So werden z. B. Hotelzimmer bei der Abreise vergleichsweise gründlich gereinigt, damit die nachfolgenden Gäste den Eindruck erhalten, dass das Zimmer *frisch* ist und von niemandem genutzt wurde.

Sauberkeit als das *Fehlen von Verunreinigungen* wird hauptsächlich durch optische und olfaktorische Wahrnehmung aufgenommen. Auch die Vorstellung von Sauberkeit ist von Mensch zu Mensch verschieden. Was für den einen bereits genügend sauber ist, findet ein anderer noch immer schmutzig. Persönliche Erziehung und kulturelle Werte prägen das individuelle Sauberkeitsempfinden auf subtile Art und Weise.

Mithilfe von naturwissenschaftlichen Methoden können vier verschiedene **Sauberkeitsgrade** definiert werden:

Tab. 2: Sauberkeitsgrade

Physikalisch sauber	Die Oberfläche ist frei von sichtbaren und tastbaren Verschmutzungen.
Chemisch sauber	Es lassen sich mittels chemischer Methoden keine Rückstände mehr auf den Oberflächen nachweisen.
Mikrobiologisch sauber	Auf der Oberfläche befinden sich keine lebensfähigen und krankheitsverursachenden Mikroorganismen mehr.
Olfaktorisch sauber	Die Räume sind geruchsneutral.

Der Grad der gewünschten Sauberkeit muss mit allen Anspruchsgruppen an die Reinigungsdienstleistungen definiert werden. Diese Auseinandersetzung des Managements mit den eigenen Wertvorstellungen und Erwartungen ist in der Gebäudereinigung zwingend. Rudzok beschreibt als Gebäudereiniger bereits 1999 sehr treffend vier Aspekte zur Frage der Beurteilung von Sauberkeit in der Gebäudereinigung:

> Sauberkeit ist ein
> „***relativer Zustand:*** Die Größe der Verunreinigung ist manchmal direkt, manchmal aber auch indirekt proportional zur Reklamationsstärke, die ihr folgt.
> ***subjektiver Zustand:*** Sauberkeit ist davon abhängig, wann und von wem sie beurteilt wird. Normen prägen die Wahrnehmung und machen das Erstellen eines gemeinsamen Wertmaßstabes (auch im Hinblick auf die Qualitätsbeurteilung aus Kundensicht) zur Unmöglichkeit.
> ***örtliches Problem:*** Beinahe überall sind die Reinigungsräume zu klein und schlecht zu erreichen. Die Reinigung muss zudem direkt am Ort der Verschmutzung stattfinden, sie kann nicht zentral erledigt werden. Reinigungsarbeiten haben deshalb nicht nur Produkt-, sondern auch Dienstleistungscharakter. Bauliche Zustände und Ausgestaltungen beeinflussen die Wahrnehmung und Erreichung von Sauberkeit.

menschliches Problem: Alle sind befähigt, die Sauberkeit einzuschätzen, ganz nach dem Motto: Jeder kann mitreden, bei der Reinigung sind alle Profis."

Sauberkeit ist demnach kein fester Zustand, sondern immer in Bewegung und muss immer wieder von Neuem hergestellt werden. Dabei gilt es, eine gesunde **Balance zwischen** den **Polen** ***Zuviel*** (Entfremdung) und ***Zuwenig*** (Befremdung) zu **finden** (Abb. 2).

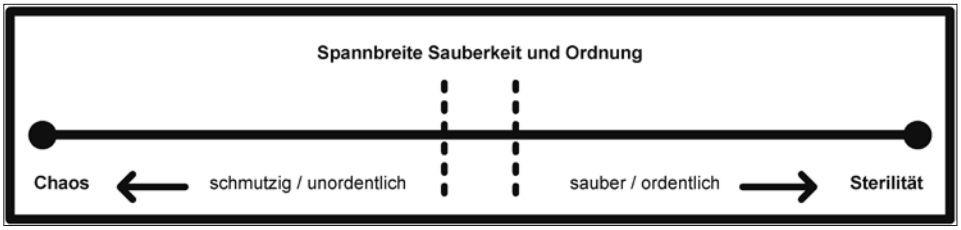

Abb. 2: Sauberkeitspole

Werden z. B. in einem Supermarkt Bodenbeläge, Regale und Frischetheken nicht sauber gehalten oder die Produkte nicht ordentlich und übersichtlich eingeräumt, erzielt dies eine Befremdung beim Verbraucher. Werden hingegen Oberflächen und Bodenbeläge übermäßig gepflegt und gehegt, sodass sich der Kunde selbst *schmutzig* fühlt, ist dies eine Entwicklung ins andere Extrem. Die Forscher Breitschuh und Grünewald (2009, S. 1) beschreiben dies als eine seelenlose Welt, welche den Kunden entfremdet zurücklässt.

Diese zwei beschriebenen **Pole** können auch **Chaos und Sterilität** genannt werden. In Privathaushalten wird von Messies und Menschen mit Putzzwang gesprochen. In Bezug auf die professionelle Gebäudereinigung muss jeweils nutzungsspezifisch der geforderte und die Hauptaktivitäten am sinnvollsten unterstützende Sauberkeitsgrad gefunden werden.

Einen gewissen Anteil an Schmutz und Bakterien in der Luft braucht der Mensch zum Überleben. Ein gewisses Keimspektrum stärkt das Immunsystem des Menschen. Ansonsten entwickeln Menschen alle Arten von Allergien. 99,9 % aller Bakterien in unserer Umwelt sind für die Menschen harmlos, zum Teil sind sie sogar auf sie angewiesen. Einige von ihnen schützen die Haut und Schleimhäute, für die Verdauung sind sie unentbehrlich (Dober, 2011).

Sauberkeit ist nicht nur visuell, sondern auch olfaktorisch erfahrbar. Die olfaktorische Sauberkeit wird oft nur unterschwellig wahrgenommen. Sie ist aber ein maßgeblicher Wohlfühlfaktor. Mit **olfaktorischer Sauberkeit** sind

das Verbreiten von positiven und das Vermeiden von negativen Gerüchen gemeint. Über die Nase aufgenommen (olfaktorisch) werden Düfte an das Riechzentrum im Gehirn weitergeleitet und lösen so Stimmungen und Befindlichkeiten aus. Der Geruchssinn ist eng mit dem Gedächtnis und Emotionen verbunden. Wohlgerüche können uns an eine geliebte Person, einen Urlaub, an Weihnachten oder eben an Sauberkeit erinnern und somit unsere eigene Stimmung beeinflussen. Diese Stimmung kann wiederum unser Wohlbefinden und unsere Leistungsfähigkeit positiv oder negativ beeinflussen.

Das **Duftmarketing** (die aktive Gestaltung der Umgebung mit Düften) ist eine effektive Möglichkeit, die Sinne des Kunden anzusprechen und ihn in eine positive Stimmung zu bringen. So wirkt z. B. der Orangengeruch anregend, Rosmarin konzentrationsfördernd und Lavendel harmonisierend und beruhigend. Seit Langem wird dieses Wissen auch in der Reinigung umgesetzt. Den Reinigungsprodukten werden Duftstoffe (Parfüme) beigemischt. Die Geruchsstoffe hinterlassen dann nach der Anwendung ihren spezifischen Duft. Zitrusdüfte vermitteln z. B. in Mitteleuropa das Gefühl von Sauberkeit. Im Mittelmeerraum sind „riechen Räume dann sauber“, wenn es nach Chlor (Javel) duftet. Die sogenannten Duftreiniger sind mit lang anhaltenden Duftstoffen versehen und werden in erster Linie in der Treppenhaus- und Sanitärreinigung eingesetzt. Weiter werden Düfte in Raumduftsprays, Lufterfrischern und Luftfilterungsanlagen erfolgreich angewandt. Es ist darauf zu achten, dass die eingesetzten Düfte und die Art der Einbringung zum vermittelnden Anliegen, zum Unternehmen, zur Kultur passen und nicht allergieauslösend sind.

1.1.2 Reinigung und Pflege

Unter **Reinigung** wird ein Prozess zur Beseitigung bzw. Abtragung unerwünschter Substanzen von Oberflächen verstanden. Das Ergebnis der Schmutzentfernung ist wie bereits erwähnt die Sauberkeit und Ordnung im definierten Innen- oder Außenraum (siehe Abb. 1) sowie die Gesunderhaltung der sich darin aufhaltenden Menschen (Infektionsprävention und Hygiene).

Reinigungsleistungen stiften gemäß dem Fachausschuss der Deutschen Gesellschaft für Hauswirtschaft (2004, S. 20) substanzielle objektgerichtete Nutzen durch Erhaltung (z. B. Gebäudereinigung), durch Steigerung (z. B. Aufbereitung von Mobiliar), durch Wiederherstellung (z. B. Reparatur von Geräten) oder durch Vernichtung (z. B. Abfallverbrennung).

Reinigungsleistungen sind sehr komplexe Prozesse und abhängig von verschiedenen Faktoren. Einige davon beschreibt Diversey (2010, Kap. 1, S. 3):

- Oberfläche (Material),
- Verschmutzungsart,
- Verschmutzungsgrad,
- Reinigungsfrequenz,
- Einrichtungen und Anzahl zu reinigende Gegenstände,
- Umgebungsgestaltung,
- Qualitätsstandard,
- für die Reinigung zur Verfügung gestellte Zeit und gestelltes Material.

Der **Reinigungsprozess** selber wird gemäß Sinner von vier Faktoren beeinflusst: Temperatur, Zeit, Mechanik und Chemie. Diese vier Faktoren beeinflussen sich gegenseitig. Sinner geht davon aus, dass alle vier Faktoren zusammen 100 % ergeben (sogenannter Sinner'scher Kreis, Abb. 3). Wird also z. B. mehr Chemie eingesetzt, dann wird weniger Zeit, Mechanik oder Temperatur benötigt. Heute wird der Kreis mit dem fünften Faktor Wasser ergänzt. Wasser ist in der Regel der Träger für die Chemie und Temperatur. Die Menge und Qualität (Härtegrad) des Wassers beeinflussen ebenfalls den Reinigungsprozess.

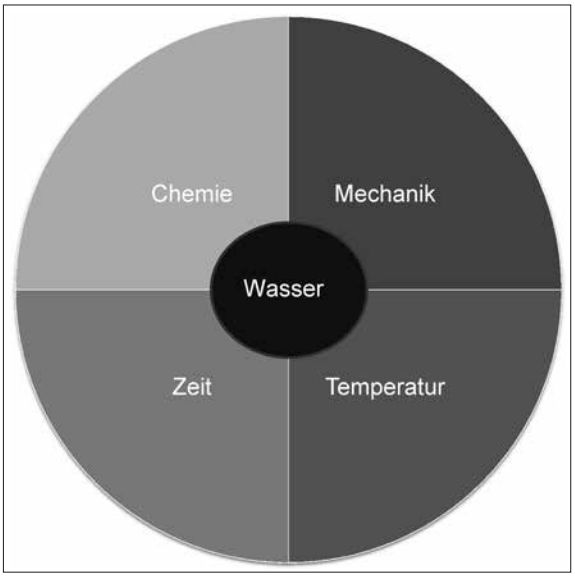

Abb. 3:
Sinner'scher Kreis

Mit der Reinigung geht oft eine **Pflege** der behandelten Oberfläche einher. Damit ist das Auftragen erwünschter Substanzen auf Oberflächen gemeint.

Umgangssprachlich wird für das Reinigen und Pflegen oft der Begriff *putzen* verwendet. Etymologisch leitet sich nach Duden (2001, Band 7. S. 641) das Wort reinigen auch von putzen ab: „Das seit dem 15. Jh. bezeugte Verb,

das früher auch *butzen* geschrieben wurde, ist von den unter Butzen *Unreinigkeit*, *Schmutzklümpchen*, *Klumpen* behandelten Wörtern abgeleitet. Es bedeutete demnach ursprünglich *den Butzen (am Kerzendocht, in der Nase) entfernen*. Aus diesem Wortgebrauch entwickelten sich die Bedeutungen *zu reinigen*, *säubern*, *schmücken* und *Wände mit Mörtel bewerfen*". Im professionellen Bereich wird der Begriff *putzen* nicht verwendet, da wird *gereinigt* und *gepflegt*.

1.1.3 Hygiene

Hygiene wird oft als Synonym für Sauberkeit verwendet. Hygiene ist jedoch mehr als Sauberkeit. Insbesondere ist sie nicht von bloßem Auge beurteilbar.

In Anlehnung an R. Müller wird der Begriff *Hygiene* kurz wie folgt definiert (Borneff/Borneff (1991), S. 1): „Die Hygiene versucht Krankheiten zu verhüten sowie das Wohlbefinden und die Leistungsfähigkeit aller zu steigern, bzw. zu erhalten." Mit anderen Worten ausgedrückt ist Hygiene eine vorbeugende Arbeit für die Gesunderhaltung der einzelnen Menschen und Völker. Man unterscheidet zwischen betrieblicher und persönlicher Hygiene, spricht von Umwelt-, Psycho- und Sozialhygiene.

Die **betriebliche Hygiene** bezieht sich auf die materielle Umwelt und deren Oberflächen.

Die **persönliche Hygiene** bezieht sich auf die Menschen und deren Verhalten.

Ziel jeder **Hygienemaßnahme** ist zu verhindern, dass der menschliche Organismus von potenziell krankmachenden Keimen angegriffen wird. Die Keime werden entweder durch Medikamente, Antikörper (beim Mensch) oder mittels Desinfektion (von Gegenständen und Oberflächen) deaktiviert. Die häufigsten Maßnahmen zur Erreichung eines definierten Hygienestatus bestehen in Reinigungsaktivitäten. Hygienische Reinigungsausführungen erfordern auch die regelmäßige Reinigung und/oder Desinfektion von nicht sichtbar verschmutzten Bereichen (Arbeitskreis *Krankenhaushygiene* der AWMF (2004), S. 224).

Unter **Desinfektion** wird das Reduzieren oder vollständige Eliminieren von krankmachenden Keimen verstanden. Desinfiziert werden Oberflächen, Kleider und die Haut der Menschen (Diversey (2010), Kap. 1, S. 4).

1.1.4 Reinigung als Teil der Facility Services

Reinigung ist ein **Facility Service**. Unter Facility Service wird eine Dienstleistung zur Unterstützung der Hauptaktivitäten einer Organisation verstanden. Die Dienstleistungen werden von organisationsinternen oder -externen

Leistungserbringern erbracht. Sie werden in den Bereichen *Fläche & Infrastruktur* sowie *Mensch & Organisation* erbracht. In der europäischen Norm (EN 15221-1, 2006), die die Begriffe im Facility Management definiert, wird die Reinigung neben den Dienstleistungen Unterbringung, Arbeitsplatz, Technische Infrastruktur und sonstige Flächen und Infrastruktur der Hauptkategorie *Fläche und Infrastruktur* zugeordnet. Reinigung wird in der erwähnten Norm wie folgt definiert:

> „Der Bedarf des Auftraggebers nach Hygiene und Sauberkeit wird durch Dienstleistungen erfüllt, die zu einem einwandfreien Zustand der Arbeitsumgebung führen sowie dazu beitragen, die Vermögenswerte in einem guten Zustand zu halten. Beispiele für diesen Bedarf entsprechende Dienstleistungen sind: Hygienedienstleistungen, Unterhaltsreinigung, Maschinenreinigung, Baureinigung und Glasreinigung, Bereitstellung und Instandhaltung von Reinigungsgeräten, Außenanlagen und Winterdienste, …“.

Die zweite Hauptkategorie wird *Mensch & Organisation* genannt. Sie umfasst die Facility Services Gesundheit, Arbeitsschutz und Sicherheit, Hospitality, Information und Kommunikation, Logistik und sonstige Unterstützungsleistungen. Es ist naheliegend, dass mit Reinigungsaktivitäten primär die Fläche und Infrastruktur *bearbeitet* werden. Die Reinigung von Oberflächen wird aber durch die Endnutzer direkt wahrgenommen und interpretiert. Sie trägt auch zum Gesundheits- und Arbeitsschutz bei. So wird gerade am Beispiel dieser europäischen Einordnung und Definition von Reinigung offensichtlich, dass Reinigungsleistungen sowohl infrastruktur- als auch personenbezogene Dienstleistungen sind.

1.1.5 Reinigungsleistungen

Unter dem Begriff Reinigungsleistungen kann die Reinigung verschiedener Objekte oder die Art der Reinigung verstanden werden. Die Reinigungsleistungen lassen sich nach verschiedenen Kriterien klassifizieren. Die folgende Auflistung mit Beispielen der Klassifizierung und Benennung der Reinigungsleistungen vermittelt einen Eindruck der Vielfalt der Tätigkeitsgebiete, erhebt aber keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Die Liste soll aber bei der Definition des eigenen Leistungsangebots oder Bedarfs unterstützend wirken.