

FM-OUTSOURCING

Zum Wohl des Gastes

FM-Dienstleister haben eine neue Zielgruppe entdeckt: Hotels. Doch die sind noch zögerlich, wenn es darum geht, Services aus der eigenen Hand zu geben. Wolfgang Czernitzki, Geschäftsführer der S.I.S. Gruppe, erklärt, worauf Hotels achten sollten.

Herr Czernitzki, warum sind Hotels Zielgruppe für externes Facility Management?

Wolfgang Czernitzki: Die Kundenansprüche sind gestiegen, der Kostendruck in der Branche ist hoch und verlangt von Hoteliers Flexibilität und Professionalität. Um die Fixkosten nicht in die Höhe zu treiben, insbesondere die Personalkosten, bleibt nur das Outsourcing von Dienstleistungen.

Warum vergeben trotzdem viele Hotels ihr Facility Management nicht fremd?

Czernitzki: Die Hürde ist besonders bei kleinen, familiär geführten Hotels hoch, denn man muss fremden Personen Zugriff und Einblick in das eigene Unternehmen geben. Facility Management setzt drei Dinge voraus: Anpassungsfähigkeit gepaart mit Diskretion, großes Vertrauen seitens des Auftraggebers sowie die Bereitschaft zum Austausch. Ist das gegeben, setzt der Auftraggeber Kapazitäten frei.

Was ist der Vorteil von externem FM?

Czernitzki: Externes Facility Management wirkt sich auf mehreren Ebenen positiv aus. Anstatt sich um den Zustand seines Gebäudes sorgen zu müssen, kann sich der Hotelier auf sein Kerngeschäft konzentrieren. Zudem spart es Geld. Ein Dienstleister kann seine Kräfte bündeln und Freiräume nutzen, die sich dem Hotelbetreiber entziehen.

Das bedeutet konkret?

Czernitzki: Der externe Dienstleister kann mit seinem Personal Wartezeiten und Bedarfsspitzen besser abfedern. Ähnlich verhält es sich mit der Vorhaltung von Arbeitsmitteln: Wartung und Pflege verschlingen Lagerraum und blockieren Finanzen, weil sich der Einkauf von Reinigungsmitteln und Ersatzteilen nur in größeren Mengen rechnet. Ein externer Dienstleister wirtschaftet kompakter und kann so dieselbe Leistung günstiger erbringen.



Bild: S.I.S. Gruppe

Wolfgang Czernitzki, Geschäftsführer der S.I.S. Gruppe: „Gewinn durch Bündelung. Externes Facility Management spart Kosten und steigert die Qualität – wenn man seriöse Dienstleister an Bord hat.“

Was umfasst das „Komplett-Paket“ eines Dienstleisters?

Czernitzki: Theoretisch kann das so umfassend sein, dass der Hotelier nur noch als Vermieter von Räumen fungiert. Die hauptsächlich nachgefragten Leistungen für Hotels sind die Pflege der Außenanlagen und Parkplätze, Housekeeping, Lieferung von

Hygieneartikeln, Reinigung der Front- und Backofficebereiche, Renovierungen sowie Grund-, Zimmer- und Teppichreinigung. Zu den Wartungsarbeiten gehören Aufzüge, RLT-, Klima- und Sanitäranlagen, Heizungen, Spa-Bereiche, Elektrogeräte, Feuerlöscher sowie Reparaturen in und um die Immobilie.

Wie kann der Bedarf im Vorfeld richtig ermittelt werden?

Czernitzki: Wir führen umfangreiche Gespräche mit dem Kunden und machen Ortsbegehungen, bei denen wir Details wie Gebäudeplan, Wasser, Elektrik, Zimmerausstattung, Buchungszahlen etc. aufnehmen. Das ist der Grundstein für ein korrektes und verlässliches

Darauf sollten Hoteliers achten, wenn sie eine Fremdfirma beauftragen möchten:

- Hat der Instandhalter genügend Personal, um zuverlässig zu arbeiten?
- Gibt es konzeptionelle Vorschläge zur Bündelung?
- Welche Synergien sind bei Bündelungsmaßnahmen zu erwarten?
- Hat er eine Zertifizierung, arbeitet er mit dem TÜV zusammen?
- Welche Ausbildung haben die eingesetzten Mitarbeiter?
- Welche Branchenerfahrung bringt das Unternehmen mit?
- Gibt es einen persönlichen Ansprechpartner? Ist seine Erreichbarkeit sichergestellt?
- Spricht das eingesetzte Personal deutsch?

Angebot. In technischen Konzepten zeigen wir Schwachstellen und Lösungsvorschläge auf. Der Kunde erhält ein Angebot mit Kostenkalkulation und Controllingmaßnahmen. Es kommt vor, dass ein Kunde mit diesem Konzept eigene Maßnahmen ergreift und nur Bausteine auswählt. Aber dafür sind wir offen.

Kann es sein, dass während der Vertragslaufzeit versteckte Kosten aufkommen?

Czernitzki: Es gibt „schwarze Schafe“, die ihre Verträge so gestalten, dass der Kunde im Nachhinein draufzahlen muss. Ein beliebter Trick ist etwa, die Reinigung nur bis zu einer bestimmten Höhe einzuschließen. Alles, was dann an Bilderrahmen, Türrahmen etc. hinzukommt, wird im Nachhinein berechnet.

Wodurch zeichnet sich ein seriöser Anbieter aus?

Czernitzki: Er macht seine „Hausaufgaben“ im Vorfeld, d. h., die Schritte bis zum Angebot sollten immer wie folgt ablaufen: 1. Begehung, 2. Aufnahme des Ist-Zustands, 3. Erstellen einer Mängel-Liste, 4. Angebot zur Mängelbehebung inkl. Kostenvorschlag und 5. Vorschlag für die kontinuierliche Unterhaltung. Ob das externe FM erfolgreich ist, merkt der Auftraggeber, wenn er nichts mehr spürt von den Aufgaben, die der Dienstleister übernommen hat. Dann macht sich das auch schnell in der Bilanz bemerkbar: höhere Produktivität, reduzierte Wartezeiten, ständige Kontrolle der Prozesse, Vermeidung von logistischen Engpässen und zufriedene Kunden. Das Interview führte Elisabeth Kaiser ■



Haus Vogelsang GmbH
Vogelsangweg 21-23 | 45711 Datteln
T: (0 23 63) 39 05-0 | E: info@hvg-mbh.de
www.hvg-mbh.de