

Irina Pericin Häfliger

Reinigungsmanagement

Handbuch zur Gestaltung von Reinigungsdienstleistungen



Irina Pericin Häfliger

Reinigungsmanagement

Handbuch zur Gestaltung
von Reinigungsdienstleistungen

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 978-3-95409-802-6

2. aktualisierte Auflage 2018

Titelgestaltung: Joachim Ullmer, Martina Stolzmann

Titelfoto: Fotolia/imagebos

Autorenfoto: ZHAW, Wädenswil

Layout: Martina Stolzmann

E-Book: Dagmar Papić

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 Dienstleistungsicht	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
Reinigungs-
aktivitäten

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
Zusammensetzung	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 Reinigungsprozess herstellbar. Daher sind Schäden kein Kriterium, um Reinigungsqualität zu messen!)	Oberflächenverändernder 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, ausgefranzte 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).

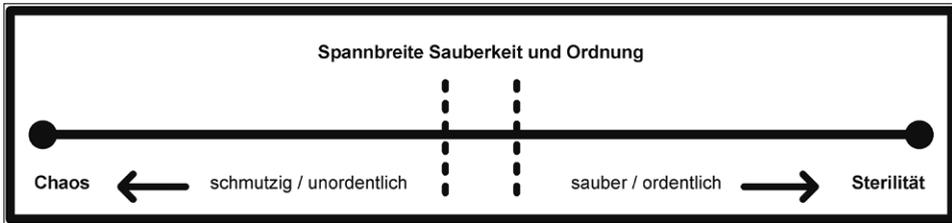


Abb. 2: Sauberkeitspole

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 Putzwang 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.

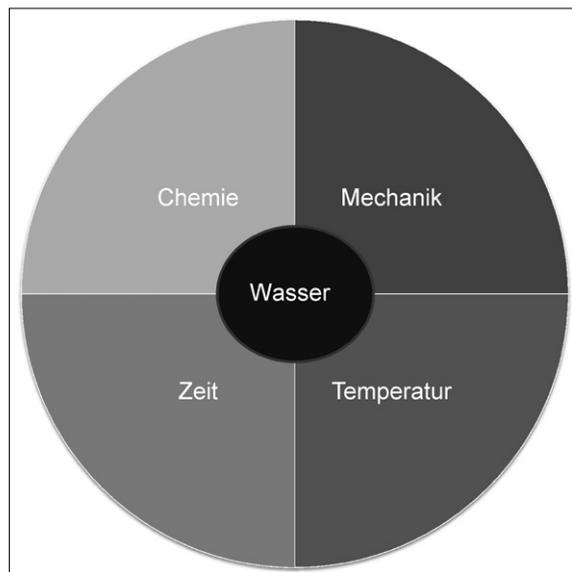


Abb. 3:
Sinner'scher Kreis

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.

Klassierung der Reinigungsleistungen

- Nach Art der Reinigung bzw. Komplexität
 - Unterhaltsreinigung inklusive Sicht- oder Kontrollreinigung und Zwischenreinigung oder periodische Reinigung (in der Regel bis 1,7 m Raumhöhe)
 - Spezialreinigung oder Sonderreinigung (in der Regel über 1,7 m Raumhöhe sowie Grund-, Bau- sowie Glas- und Fensterreinigungen)
- Nach Ort der Durchführung
 - Innenreinigung
 - Fensterreinigung
 - Fassadenreinigung
 - Außenreinigung
- Nach Zeitpunkt und Umfang der Reinigung
 - Baugrobreinigung
 - Baufinreinigung
 - Bauschlussreinigung
 - Unterhaltsreinigung (Morgen-, Tages-, Abend-, Nachtreinigung)
 - Zwischenreinigung
 - Grundreinigung
 - Teilflächenreinigung
 - Sonderreinigung/Spezialreinigung z. B. nach Events, Bränden, Überschwemmungen, Einbrüchen
- Nach der Werkstoffart
 - Glasreinigung
 - Metallreinigung
 - Kunststoffreinigung
 - Holzreinigung
- Nach der Bauteilart
 - Bettenreinigung
 - Computerreinigung (Tastatur und Bildschirm)
 - Denkmalreinigung
 - EDV-Anlagenreinigung
 - Fassadenreinigung
 - Fensterreinigung
 - Fußbodenreinigung
 - Mobiliarreinigung
 - Rohrreinigung

- Sanitärreinigung
- Teppichreinigung
- Nach der Methode
 - Desinfizierende Reinigung
 - Nass- oder Trockenreinigung
 - Pflegende Reinigung
 - Unterhalts- und Spezialreinigung
 - Schädlingsbekämpfung
- Nach der Objektart
 - Bahnhofreinigung
 - Einkaufszentrums-, Supermarktreinigung
 - Flughafenreinigung
 - Freizeitanlagen-, Parkreinigung
 - Friedhofreinigung
 - Großküchenreinigung
 - Hotelreinigung, Hotelzimmerreinigung
 - Industrie-, Industrieanlagen-, Werkstättenreinigung
 - Kulturgebäudereinigung (Museen, Theater, Hallen, Stadien, Messegebäude)
 - Maschinen- und Anlagenreinigung
 - Pflegeeinrichtungsreinigung
 - Reinigung klimatechnischer Anlagen, Kraftwerkereinigung
 - Reinigung lebensmittelbearbeitender Betriebe
 - Reinigung Privater Wohnungsbau, Wohngenossenschaften, Privathaushalte
 - Reinraumreinigung
 - Schulhausreinigung, Kindergartenreinigung
 - Sportstättenreinigung
 - Treppenhausreinigung
 - Tunnelreinigung
 - Verkehrsträgerreinigung (Auto, Flugzeug, Bahn, Bus, Schiff)

Allgemein und auch in der Reinigungsbranche ist ein Trend wahrnehmbar, der versucht, alltägliche Begriffe attraktiver zu machen. Viele deutschsprachige Begriffe werden durch Anglizismen ersetzt. So ist beispielsweise von Cleaning Services statt von Reinigungsleistungen die Rede. Oder statt von Grundreinigung spricht z. B. ein gewerbliches Reinigungsunternehmen in Österreich auf seiner Website von der *Revitalisierung des Bodens* (The Cleaning

Company (2010), Sonderreinigung). Oder man preist statt der Unterhaltsreinigung eine *Wohlfühlatmosphäre* an. Alle diese kreativen Wortbildungen versuchen in der Fantasie der Angesprochenen einen Mehrwert zur effektiven Reinigungsleistung zu vermitteln oder die fast unsichtbare Leistung erlebbar zu machen (siehe Reinigung als Dienstleistung in Kapitel 3.1 Teil 1).

1.1.6 Reinigungsarten

Die Reinigungsart beschreibt die Intensität und Methodik der Reinigungsleistungen.

In der Praxis wird der Einfachheit halber oft nach Unterhalts- und Spezialreinigung, eventuell noch Glasreinigung unterschieden.

Oftmals werden die organisatorischen Einheiten eines Reinigungsdienstes entsprechend eingeteilt und es entstehen Gruppen: Eine Gruppe oder mehrere Gruppen, die für die Unterhaltsreinigung und eine Gruppe oder mehrere Gruppen, die für die Spezialreinigung zuständig sind. Diese organisatorische Trennung ist aus folgenden Gründen sehr sinnvoll: Die Anforderungen an das Fachwissen sowie die körperliche Belastung des Personals, die Arbeitszeiten und die Schulung sowie Ausrüstung für die Ausführung der Spezialreinigungsaufgaben unterscheiden sich stark von denen der Unterhaltsreinigung.

Die Periodizität und klare Zuordnung der Aktivitäten zu den Reinigungsarten hat sich mit der Entwicklung der **ergebnisorientierten Reinigung** verändert. Der Begriff *ergebnisorientiert* kann theoretisch neben der Unterhaltsreinigung auch die Verantwortung für die Grund- und insbesondere Fensterreinigung mit einschließen. Demzufolge kann streng genommen die ergebnisorientierte Reinigung sämtliche Reinigungsarten umfassen. Im Rahmen der Unterhaltsreinigung übernimmt bei der ergebnisorientierten Reinigung die Reinigungskraft die Verantwortung für die optische Sauberkeit in einem Raum, sie unterscheidet sich insofern von der Sichtreinigung, da sich die Frequenzen durch den Bedarf ergeben und durch die Reinigungskraft bestimmt werden. Siehe hierzu auch Kapitel 3.5.2 Teil 2.

Zunächst werden die Reinigungsarten so umschrieben, wie sie herkömmlich und insbesondere bei der tätigkeitsorientierten Reinigung verstanden werden.

Mit der **Unterhaltsreinigung** (auch laufende Reinigung genannt) wird ein optisch *gutes* Bild angestrebt. Sie trägt auch zur Hygiene, zur Werterhaltung des Gebäudes (Verzögerung von Grundreinigungsaufgaben) und zur Sicherheit der Benutzer bei. Die Unterhaltsreinigung umfasst eine regelmäßige Entfernung von laufend anfallenden Verschmutzungen auf Mobiliar (Sanitär-

und Einrichtungsgegenständen), die Entfernung von Abfall (z. B. an den Arbeitsplätzen, in Sanitärräumen, Teeküchen etc. und auch das Zusammenführen der Abfälle an Sammelstellen) sowie die laufende Pflege von Bodenbelägen. Die Reinigungstätigkeiten wiederholen sich nach festgelegten Zeitabständen, in der Regel werktäglich oder wöchentlich. Unter werktäglich wird verstanden, dass an jedem Betriebstag der Organisation, in der Regel Montag bis Freitag, gereinigt wird. Zur Unterhaltsreinigung werden die Sicht- und Kontrollreinigung sowie die Zwischenreinigung eingeteilt.

Bei der **Sicht- oder Kontrollreinigung** werden in der Regel die wichtigsten Punkte in einem Raum im sichtbaren Bereich kontrolliert und bei Bedarf gereinigt. Der sichtbare Bereich schließt alle Unter- und Innensichten von Mobiliar und Einrichtungen sowie alles über 1,7 m Raumhöhe aus. Bei Bedarf wird der Abfall entsorgt sowie das Verbrauchsmaterial aufgefüllt.

Zwischenreinigungen oder **periodische Reinigungen** sind intensivere, meist in regelmäßigen Zeitabständen durchgeführte Reinigungs- und Pflegearbeiten, die den Umfang einer laufenden Reinigung sprengen. Dazu wird typischerweise das Abstauben von Fußleisten, Radiatoren und Lampen, das Spraypolieren eines Fußbodens oder das Entkalken von Armaturen im Sanitärbereich gezählt. Mit der Planung und Durchführung periodischer Zwischenreinigungen können Grundreinigungen hinausgezögert werden.

Alles, was nicht zur Unterhaltsreinigung gehört, kann der **Spezialreinigung** zugeordnet werden. Dazu zählen die Bau-, Grund- und Fensterreinigung und z. B. die Maßnahmen zur Schädlingsbekämpfung.

Bei der **Grundreinigung** werden alte und abgenützte Pflegefilme sowie sämtliche Schmutzablagerungen auf den Oberflächen entfernt und neue Pflegefilme aufgetragen. Sie wird in größeren Zeitabständen vorgenommen, bei Bedarf jährlich oder in mehrjährigen Abständen.

Unter **Glas- oder Fensterreinigung** wird das Reinigen der innen und außen liegenden Fensterflächen (inklusive Fensterrahmen, Fensterläden und Jalousien¹) und Oberlichtern von losen und haftenden Verschmutzungen verstanden.

Zur **Fassadenreinigung** zählt in der Regel das Reinigen von sämtlichen Fassadenflächen und Sonnenschutzeinrichtungen.

Häufig werden durch den Reinigungsdienst noch weitere Aufgaben übernommen, die von der Art der Tätigkeit, von der Organisation des Personaleinsatzes im Objekt sinnvoll sind. Es ist wichtig, dass diese **Zusatz- oder Sonderdienstleistungen** bei internen Dienstleistern transparent ausgewie-

¹ in der Schweiz *Storen* genannt

sen und bei externen Dienstleistern als Bestandteil in Ausschreibungen genau erfasst werden. Für gewerbliche Gebäudereiniger kann dadurch eine zusätzliche Wertschöpfung generiert werden.

Solche Zusatzleistungen können z. B. sein:

- Empfangsdienste,
- Entsorgungsdienstleistungen (u. a. auch datenschutzgerechte Papierentsorgung),
- Eventreinigung (Reinigung an außerordentlichen Anlässen, z. B. Kundenevents, Tage der offenen Tür, Jubiläen),
- Fahrdienste,
- Gärtnerdienste,
- Geschirrservice,
- Gespräche mit Kunden oder kleine Hilfestellungen für Kunden (z. B. in einem Alten- und Pflegeheim),
- Kopierdienste,
- Parkplatzdienste,
- Personalverleih (bei Besitz einer entsprechenden Lizenz),
- Pflanzenpflege (außen und innen),
- Postdienstleistungen,
- Schädlingsprävention, -inspektion und -bekämpfung (engl. Pest Control),
- Schließgänge, -kontrollen,
- Sommer- und Winterdienste (Außenanlagen reinigen und pflegen),
- Transportdienste,
- Umzüge.

1.1.7 Rollen im Dienstleistungsprozess Reinigung

An einem Dienstleistungsprozess sind immer Auftraggeber und Auftragnehmer beteiligt. Nutznießer der Reinigungsleistungen sind darüber hinaus alle Mitarbeiter/-innen, Besucher/-innen bzw. Kundinnen und Kunden sowie Lieferanten und Entsorger eines Unternehmens oder eines Gebäudes.

In der europäischen Facility-Management-Norm (EN 15221-1) werden die Rollen der beteiligten Parteien detaillierter aufgeführt. Dabei werden die Begriffe *Kunde* und *Auftragnehmer* in der FM-Norm differenziert. Der **Kunde** kauft die FM-Dienstleistung, also die Reinigungsleistung für den beim **Auftraggeber** zu deckenden Reinigungsbedarf (der aus den Hauptaktivitäten entsteht) ein.

Auch auf der Seite des Auftragnehmers werden zwei Rollen identifiziert: Der Auftragnehmer und der Leistungserbringer. Der **Auftragnehmer** ist