

## Aktuelle Medieninformation

### Hotelreinigung: Es geht auch anders **Sauberkeit macht Hotelmarken sexy**

**Ob und wie ein Hotel mit vorbildlicher Sauberkeit punktet, ist letztlich eine strategische Frage. Sicher ist: Sauberkeit bringt die Marke des Hotels zum Strahlen. Das zeigen mehrere Studien. 97% der Gäste wählen lieber ein sauberes Hotel. Ob von internen Mitarbeitenden oder einem externen Unternehmen gereinigt wird – es müssen immer Aufmerksamkeit, Wertschätzung, Zeit und Geld investiert werden.**

Sauberkeit steht in der Gunst von Hotelgästen ganz weit oben. Das beweisen gleich mehrere Studien, die in USA und in Europa zu ähnlichen Schlüssen kommen. Gemäss einer Befragung von Procter & Gamble Professional nennen 97% der Gäste Sauberkeit als wichtigsten Faktor für die Wahl eines Restaurants, Cafés, Nachtclubs oder Hotels. Eine psychologische Analyse von Gästebewertungen auf hotels.com kommt zu ähnlichen Schlussfolgerungen. Danach ist Sauberkeit im Hotel 35 Mal wichtiger als ein grosszügiges Frühstück oder ein luxuriöser Pool. Der amerikanische "Hotel Pain Index 2017" nennt Schmutz und Unfreundlichkeit der Mitarbeiter als wichtigste Kritikpunkte von Hotelgästen. Schmutzige Zimmer werden von 66% der Befragten als wichtigstes Negativerlebnis angegeben.

#### **Intern oder extern reinigen**

Um die Sauberkeit zu garantieren, kann das Hotel von festangestellten Mitarbeitenden oder durch eine externe Reinigungsfirma reinigen lassen. Bereits heute engagieren zahlreiche Hotels externe Unternehmen. Laut einer Trendstudie des Gottlieb Duttweiler Instituts, die im Auftrag von Hotellerie Suisse erstellt wurde, wird sich dies in Zukunft noch verstärken: Auch kleine und mittlere Hotels werden mehr Leistungen einkaufen.

#### **Reinigungsunternehmen wollen das Gästerisiko nicht tragen**

Für die Reinigungsbetriebe ist die Hotelreinigung grundsätzlich ein interessanter Markt – vorausgesetzt, es werden bei der Ausschreibung und Vergabe des Auftrages bestimmte Kriterien berücksichtigt. Karin Funk, Geschäftsführerin von Allpura, dem Verband Schweizer Reinigungs-Unternehmen, erklärt, worin die Herausforderung für Auftraggeber und Auftragnehmer liegt: «Der besondere Unterschied zwischen der Hotelreinigung und der normalen Unterhaltsreinigung liegt in der Tatsache begründet, dass die Auslastung der Reinigungskräfte im Hotel selten konstant ist. Dies ergibt sich aus dem Geschäftsmodell von Hotels – die Buchungen sind nicht stabil, oft nur sehr kurzfristig planbar und schliesslich haben die Gäste eine grosse Freiheit, wann sie ihr Zimmer verlassen bzw. reinigen lassen. Ausserdem unterscheidet sich das Verhalten der Gäste sehr stark: Während die einen die Räumlichkeiten ordentlich und in sehr gepflegtem Zustand hinterlassen, toben sich andere regelrecht aus.» Ein Konflikt kann entstehen, wenn das Hotel zu einem pauschalen Zimmerpreis abrechnet, die Reinigungsfirma aber die Arbeitskräfte nach Stunden bezahlt. Damit liegt das «Belegungsrisiko» beim Reinigungsunternehmen.

Karin Funk: «Da die meisten Hotels die Reinigung auslagern, um Kosten zu sparen, heisst es aufgepasst bei der Ausschreibung und der Offertenstellung. Im Hotel können zahlreiche zusätzliche Leistungen anfallen. Eine präzise Ausschreibung ist daher sehr wichtig. Es ist sinnvoll, dass die allgemeinen Flächen und Spezialreinigungen wie Fassaden, Fenster sowie die jährlichen Grundreinigungen ebenfalls Bestandteil des Auftrages sind. Im Pauschalpreis pro Zimmer sollte zudem ein gewisser Protensatz für die Schwankungen bei Buchungen und Zimmerverschmutzungen miteinberechnet werden.»

## **Ohne Zeit und Wertschätzung geht es nicht**

Der Verband der Schweizer Reinigungs-Unternehmen geht davon aus, dass ein simpler Wechsel von externer Reinigung auf interne Angestellte keine Qualitätsverbesserung mit sich bringt. Karin Funk: «Wenn ein Auftraggeber Sauberkeit als ein unwichtiges und eher lästiges Thema abtut und dafür auch nicht fair zahlen will, an genügend Zeit für die Arbeit, an Weiterbildung der Mitarbeitenden, an moderner und sauberer Ausrüstung nicht interessiert ist, dann spielt es eigentlich keine Rolle, ob die Reinigungskräfte intern oder extern sind. Dann kann das Resultat nicht gut sein, und die Reinigungskräfte fühlen sich ausgebeutet. Das gilt übrigens für jede Branche, nicht nur für Hotels.» In einer im Auftrag von Allpura durchgeführten Umfrage unter Kunden der Reinigungsbranche wurden 2017 die wichtigsten Vorteile der externen Vergabe genannt: die grössere Flexibilität, die Arbeitserleichterung und die kalkulierbaren Kosten.

*Allpura vertritt als Verband die Schweizer Reinigungsbranche, die in der Deutschschweiz in rund 3000 Unternehmen über 65'000 Mitarbeitende beschäftigt und einen geschätzten Umsatz von CHF 2 Mrd. erzielt. Der Gesamtarbeitsvertrag wird jeweils durch die Delegierten des Branchenverbands Allpura sowie die Gewerkschaften Unia, Syna und VPOD verabschiedet.*

*Unter dem Motto «Reine Profis» werden Mitarbeitende und Betriebe für die neuen lohnrelevanten Weiterbildungen in der Reinigungsbranche sensibilisiert. Das Engagement der Arbeitgebenden und der Arbeitnehmenden in der Reinigungsbranche fördert die Deutschkompetenz und fachliche Qualifikation der 65'000 Mitarbeitenden aus über 100 Ländern.*

**[allpura.ch](http://allpura.ch) • [reineprofis.ch](http://reineprofis.ch)**

**Informationen:** Iris Wirz c&p communications, Tel. 043 500 52 88, [allpura@iriswirz.com](mailto:allpura@iriswirz.com)