

REINIGUNG IN ZEITEN VON COVID-19

Zukunftssichere Strategien zur Anpassung an die neue Normalität

Inhalt

00 Einleitung

01 Die dauerhaften Auswirkungen von COVID-19: Ein neuer Standard für Sauberkeit

02 Dem neuen Standard für Sauberkeit entsprechen: 7 Möglichkeiten, wie Unternehmen das Vertrauen ihrer Kunden gewinnen können

1. Reinigung als Markenzeichen
2. Deutlich sichtbare Reinigung
3. Strengere Reinigungsverfahren
4. Größerer Fokus auf kritischen Bereichen
5. Dokumentation und Offenlegung von Reinigungsmethoden und -häufigkeit
6. Stärkerer Fokus auf Sicherheit und Arbeitsbedingungen des Reinigungspersonals
7. Neugestaltung in Gebäuden

03 Kundengewinnung in Zeiten von Covid-19

Hotel- und Gastgewerbe

Gesundheitswesen

Bildungswesen

Einzelhandel

Büros und öffentliche Verwaltung

Lager und Logistik

Möglichkeiten für Gewerbereiniger

04 Technologien, die die Reinigung in der neuen Normalität unterstützen

Autonome Reinigungslösungen

Online-Training

Virtuelle Besuche vor Ort und Servicebesuche

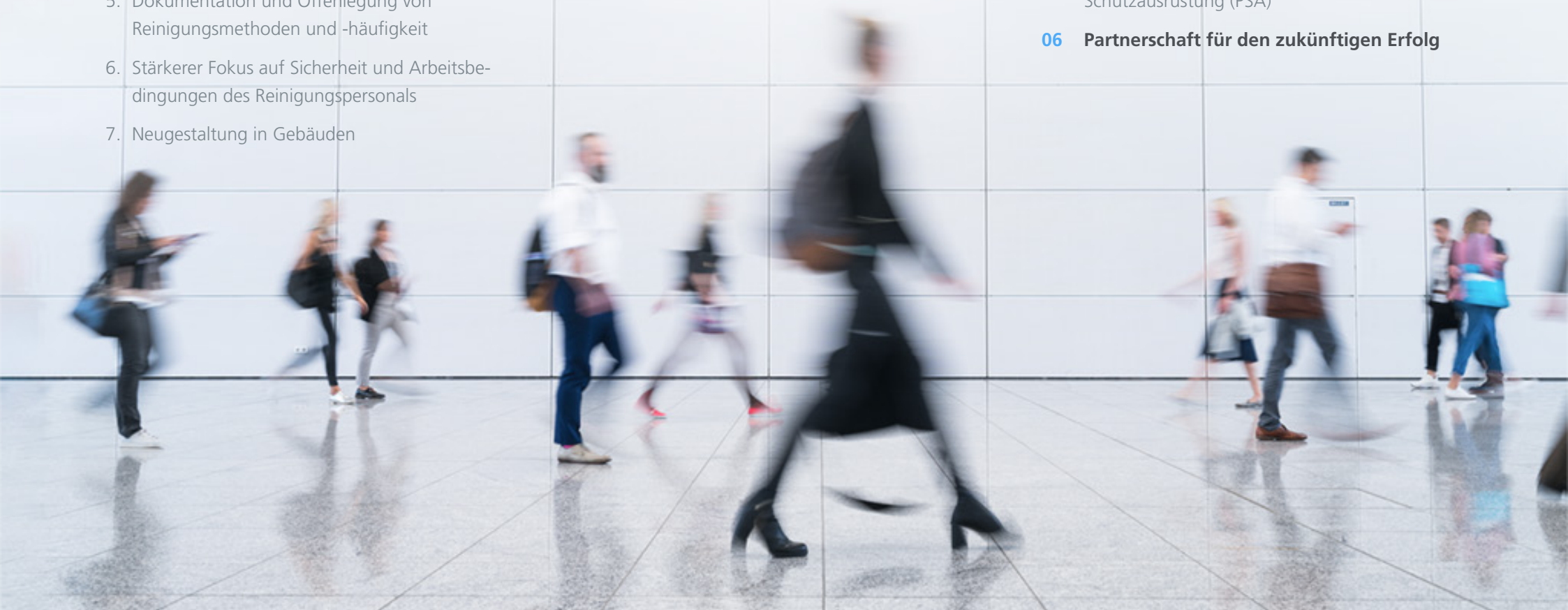
05 Unterstützung und Schutz des Reinigungspersonals

Bereitstellung von für die Arbeit benötigten Geräten

Schulung auf Reinigungsmethoden und -geräte

Bereitstellung von ausreichend persönlicher Schutzausrüstung (PSA)

06 Partnerschaft für den zukünftigen Erfolg





Einleitung

Die COVID-19-Pandemie hat viele Aspekte des Lebens grundlegend verändert: wie wir arbeiten, wie wir Lebensmittel einkaufen und sogar wie wir mit anderen Menschen umgehen. Viele dieser Änderungen hängen direkt mit der Aufrechterhaltung eines hohen Maßes an Sauberkeit zusammen, um die Ausbreitung des Virus zu verhindern.

Diese Entwicklung hat auch zu einer Veränderung der Art und Weise geführt, wie wir die Leistungen einiger Mitglieder in unserer Gesellschaft betrachten. Insbesondere das Reinigungspersonal, das an vorderster Front arbeitet und dadurch häufig seine eigene Gesundheit aufs Spiel setzt, um den Rest von uns zu schützen, ist unverzichtbar.

Aufgrund von Gesprächen mit unseren Kunden und anderen Experten in unserem Netzwerk glauben wir, dass das erhöhte Bewusstsein und die Forderung nach Sauberkeit das öffentliche Leben weiterhin prägen werden. Bevor man ins Büro geht, in einem Hotel übernachtet, eine Veranstaltung besucht oder in einem Geschäft einkauft, will man sicher sein, dass die Räume, die man betritt, sauber und sicher sind.

Beim Übergang von der Krisensituation zu einer neuen Normalität wird die Reinigungsbranche eine wichtige Rolle für den Erfolg unserer gemeinsamen Rückkehr zur gewohnten Situation spielen. Wir glauben auch, dass diese Änderungen noch lange nach dem Abklingen der SARS-CoV-2-Bedrohung bestehen bleiben werden.

In diesem E-Book legen wir unsere Prognosen dar, wie die Reinigung in der Zeit nach COVID-19 aussehen wird. Wir bieten auch Strategien an, um Unternehmen dabei zu helfen, den Reinigungsanforderungen der Zukunft gerecht zu werden.

Beachten Sie bitte bei unseren Aussagen zu Trends in diesem E-Book, dass wir nicht in die Zukunft sehen können. Die hier beschriebenen Auswirkungen sind unsere bestmöglichen Einschätzungen wie die Zukunft aussehen könnte. Einige davon können dauerhaft sein, einige können vorübergehend sein und einige können eventuell überhaupt nicht eintreten. Wir sind jedoch der festen Überzeugung, dass die aktuelle Krise im Bereich der öffentlichen Gesundheit sowohl die Rolle der Reinigung als auch ihre Methoden erheblich verändern wird.





01

Die dauerhaften Auswirkungen von COVID-19: Ein neuer Standard für Sauberkeit

Durch die Pandemie kam ein allgemeines Gefühl der Angst und Furcht auf. [Nach Angaben der Weltgesundheitsorganisation](#) waren die hauptsächlichsten psychologischen Auswirkungen der Pandemie bislang eine Zunahme von Stress und Angst.

Diese Angst wird durch eine allgemeine Unsicherheit geschürt, welche Aktivitäten sicher sind und welche nicht. Dies ist das erste Mal, dass SARS-CoV-2 beim Menschen auftritt, und es gibt noch vieles in Bezug auf die Übertragungswege, was wir nicht wissen. Aus diesem Grund werden die Richtlinien der Regierungen sowie der nationalen und weltweiten Gesundheitsbehörden weiterhin laufend aktualisiert.

Heute ist *Reinigung* gleichbedeutend mit *Sicherheit*. Die neue Erwartung ist, dass alle Räume – wie Geschäfte, Hotellobbys und Klassenzimmer – nach einem Standard gereinigt und desinfiziert werden, wie es zuvor nur spezifische hygieneorientierte Umgebungen wie Gesundheitseinrichtungen, Bereiche für die Zubereitung von Lebensmitteln und für die Herstellung von Arzneimitteln wurden.

Das Erreichen dieses Standards ist entscheidend, um Vertrauen zu gewinnen und aufrechtzuerhalten. Dies wird zugleich die Herangehensweise von Unternehmen an die Reinigung ändern: Von einer sichtbaren Reinigung (z. B. während der normalen Betriebszeiten) über die angewendeten Reinigungsverfahren bis zur Kommunikation mit Kunden. Mehr Aufmerksamkeit muss auch der Einstellung, Schulung und Bindung qualifizierter Reinigungskräfte gewidmet werden.

Dies erfordert eine Änderung der Herangehensweise an das gesamte Reinigungskonzept.

Das einzige, was von Anfang an klar war, war die Wichtigkeit einer ordnungsgemäßen und häufigen Reinigung. Infolgedessen ist eine der größten Veränderungen, die die Pandemie mit sich gebracht hat, eine Änderung unserer Einstellung zur Reinigung.



Vor COVID-19 verfolgten die meisten Unternehmen einen funktionalen Reinigungsansatz, der sich vor allem darauf konzentrierte, **was Reinigung bewirkt**. Bei diesem Ansatz wird die Reinigung als Anwendung einer Reihe von Verfahren unter Verwendung spezifischer Produkte und Geräte angesehen, um das in einem bestimmten Kontext erforderliche Qualitätsniveau zu erreichen. Der andere Aspekt der Reinigung, der vor der Pandemie nicht oft in Betracht gezogen wurde, ist psychologischer Natur und konzentriert sich darauf,

was Reinigung bedeutet. Bei diesem Ansatz wird die Reinigung als Verbesserung der Sicherheit angesehen, um Vertrauen aufzubauen und aufrechtzuerhalten.

Um in Zukunft erfolgreich zu sein, müssen Unternehmen die Verbindung zwischen den funktionalen und psychologischen Aspekten der Reinigung verstehen. Vor allem müssen sie mit ihren Kunden über beide kommunizieren.

Beispiele für effektive Unternehmenskommunikation zur Reinigung

Zukunftsorientierte Unternehmen spielen bereits das Thema Reinigung in ihren Kommunikationsmaßnahmen. Hier sind zwei Beispiele von Unternehmen, die Botschaften entwickelt haben, die sowohl die funktionalen als auch die psychologischen Aspekte der Reinigung berücksichtigen:

- **Marriott International** – Am 6. Mai 2020 veröffentlichte Marriott International [eine Erklärung und ein Video](#) mit Einzelheiten zu den Reinigungsmaßnahmen, die das Unternehmen eingeführt hat, um die Sicherheit seiner Gäste zu gewährleisten. Das Video mit dem Executive Chairman und Chairman of the Board, Bill Marriott, konzentriert sich speziell auf den psychologischen Aspekt der Sicherheit.
- **Flughafen Toronto Pearson** – Der Pearson-Flughafen in Toronto hat das Programm „[Gesunder Flughafen](#)“ gestartet, zu dem neue Reinigungsverfahren (darunter der Einsatz autonomer Scheuersaugmaschinen), ein optimiertes Kundenerlebnis, eine Verpflichtung für die Mitarbeitersicherheit und vieles mehr gehören.

Im nächsten Abschnitt werden wir untersuchen, wie Unternehmen ihre Reinigungsverfahren anpassen können, um dem neuen Reinigungsstandard gerecht zu werden.

Funktionaler Aspekt

- Anwendung der empfohlenen Methoden und Verfahren
- Verwendung geeigneter Reinigungsgeräte und -produkte
- Aufrechterhaltung der Reinigungsfrequenz und -gründlichkeit

Psychologischer Aspekt

- Vermittlung des Verantwortungsbewusstseins für die Sicherheit der Menschen
- Aufzeigen dass man so reinigt, wie es erwartet wird
- Transparente Kommunikation über Reinigungsmethoden und -verfahren



02

Dem neuen Standard für Sauberkeit entsprechen: 7 Möglichkeiten, wie Unternehmen das Vertrauen ihrer Kunden gewinnen können

Damit sie sich in Innenräumen (z. B. Restaurants, Geschäften, Flughäfen, Büros usw.) wohl fühlen können, müssen Besucher und Kunden glauben können, dass das Unternehmen alles tut, um Sauberkeit und Sicherheit zu gewährleisten. Auch Mitarbeiter müssen wissen, dass ihre Arbeitsplätze sicher sind. Hier sind sieben Möglichkeiten, wie Unternehmen die Reinigung nutzen können, um Vertrauen aufzubauen.

1. Reinigung als Markenzeichen

Wie bereits erwähnt, müssen Unternehmen, die sich früher hauptsächlich auf den funktionalen Aspekt der Reinigung konzentriert haben, zusätzlich den psychologischen Aspekt berücksichtigen. Dies liegt daran, dass die Sorge um Gesundheit und Sicherheit

Wir erleben möglicherweise zunehmend, dass Unternehmen nicht nur transparenter über ihre Sicherheitsmaßnahmen und Reinigungsverfahren kommunizieren, sondern diese Botschaften auch in ihren Markenkern integrieren.

Sauberkeit in einer Weise geschäftskritisch gemacht hat, wie es vorher nicht der Fall war. Einige gute Beispiele dafür, wie dies bereits geschieht, stammen aus einer der Branchen, die auf der ganzen Linie am stärksten betroffen war: Den Fluggesellschaften.

- **Cathay Pacific** – Cathay Pacific hat ein Programm namens [Cathay Care](#), eingeführt, in dem alle Sicherheitsmaßnahmen, einschließlich der Reinigung, aufgeführt sind, welche die Fluggesellschaft eingeführt hat, damit Reisende „mit Vertrauen fliegen“ können.
- **Alaska Airlines** – Das Programm Next Level Care von [Alaska Airlines](#) umfasst Reinigungsverfahren in Flugzeugen sowie in anderen Passagierbereichen wie z.B. Loungebereichen. Für zusätzliche Glaubwürdigkeit erklärte die Fluggesellschaft, dass sie ihr Reinigungsprogramm mit Unterstützung der medizinischen Experten der University of Washington, die auf Infektionskrankheiten spezialisiert sind, entwickelt und validiert hat.

Für Unternehmen, die bereits stark ihre Nachhaltigkeits- und / oder CSR-Programme kommunizieren, wie der Getränkehersteller [Carlsberg](#), trägt ein Reinigungsprogramm zur Wahrnehmung bei, dass sie Verantwortung für das Wohl ihrer Kunden und des Planeten übernehmen. Für diejenigen, die noch keine

solchen Programme aufgestellt haben, ist jetzt ein guter Zeitpunkt, um auf diese Fragestellungen zu reagieren, die für die Verbraucher stark an Bedeutung gewonnen haben.

Ganz gleich, in welcher Branche Sie tätig sind, sollten Sie darüber nachdenken, wie Sie Ihre verstärkten Reinigungsverfahren in Ihre Markenbotschaft integrieren können. Wenn Ihre Wettbewerber bereits derartige Botschaften einsetzen, wird dies zu einem zentralen Thema für Ihre Branche. Andernfalls können Sie sich auf diese Weise einen Wettbewerbsvorteil verschaffen.



2. Deutlich sichtbare Reinigung

Bislang galt es als wichtig, dass Reinigung so unauffällig wie möglich sein sollte. Dies wird sich künftig voraussichtlich ändern.

Anstatt zu reinigen, wenn die öffentlichen Bereiche geschlossen sind oder wenn wenig Durchlauf herrscht, können Unternehmen auf sichtbare Reinigung umsteigen, um Verantwortungsbewusstsein zu vermitteln, Vertrauen zu fördern und Kunden von der physischen Sicherheit der Umgebung zu überzeugen.

Diese Idee kam bereits beim SARS-Ausbruch von 2002 bis 2004 auf. SARS traf Hongkong Anfang 2003 besonders schwer und infizierte 1.755 Menschen, von denen 299 starben. In einer Studie aus dem Jahr 2019, in der wir weltweit Käufer von Reinigungsgeräten befragten, betonten nur Befragte aus Hongkong als ganze Gruppe die Bedeutung der sichtbaren Reinigung. Da die aktuelle Pandemie weltweit katastrophale Folgen hat, erwarten wir, dass die sichtbare Reinigung weltweit an Bedeutung gewinnen wird.

Überlegen Sie sich bei der Einführung neuer Reinigungsverfahren, wie Sie die Reinigung von einer Tätigkeit im Hintergrund zu einer Maßnahme machen, die man zeigen darf und sollte.

3. Strengere Reinigungsverfahren

Wir haben bereits zuvor festgestellt, dass Unternehmen inzwischen höheren Reinigungsstandards unterliegen als in der Vergangenheit. In einigen Regionen kann dies auf staatliche Vorschriften zurückzuführen sein, wie wir es bereits in einer Reihe von Ländern sehen, wo beispielsweise die Wiederöffnung von Einzelhandelsgeschäften von Reinigungsanforderungen abhängig gemacht wird.

In Unternehmen, in denen die Reinigung nicht reguliert ist, kann der Druck auf strenge Reinigungsverfahren direkt von den Verbrauchern ausgehen, die Sauberkeit als Faktor berücksichtigen und entsprechend entscheiden wo sie einkaufen und wo nicht. Im B2B-Bereich kann

dieser Druck auch von anderen Unternehmen in der gesamten Lieferkette ausgehen. Beispielsweise könnten Unternehmen verlangen, dass ihre Lagerdienstleister die Reinigungsbemühungen verstärken, um die Sicherheit und Integrität ihrer Produkte zu gewährleisten. Dies würde es ihnen ermöglichen, den Endverbrauchern gegenüber zu kommunizieren, dass die Produkte in der gesamten Lieferkette vor Kontamination geschützt sind.

Nehmen Sie sich die Zeit, um Ihre bestehenden Reinigungsverfahren zu überprüfen und gegebenenfalls strengere einzuführen, um die Vorschriften einzuhalten und um den Kunden die gewünschten Sicherheiten zu geben. In Umgebungen wie dem Einzelhandel, Flughäfen und Logistikzentren wird dies wahrscheinlich dazu führen, dass die Reinigung häufiger mit für Krankenhäuser zugelassenen Desinfektionsmitteln durchgeführt wird.

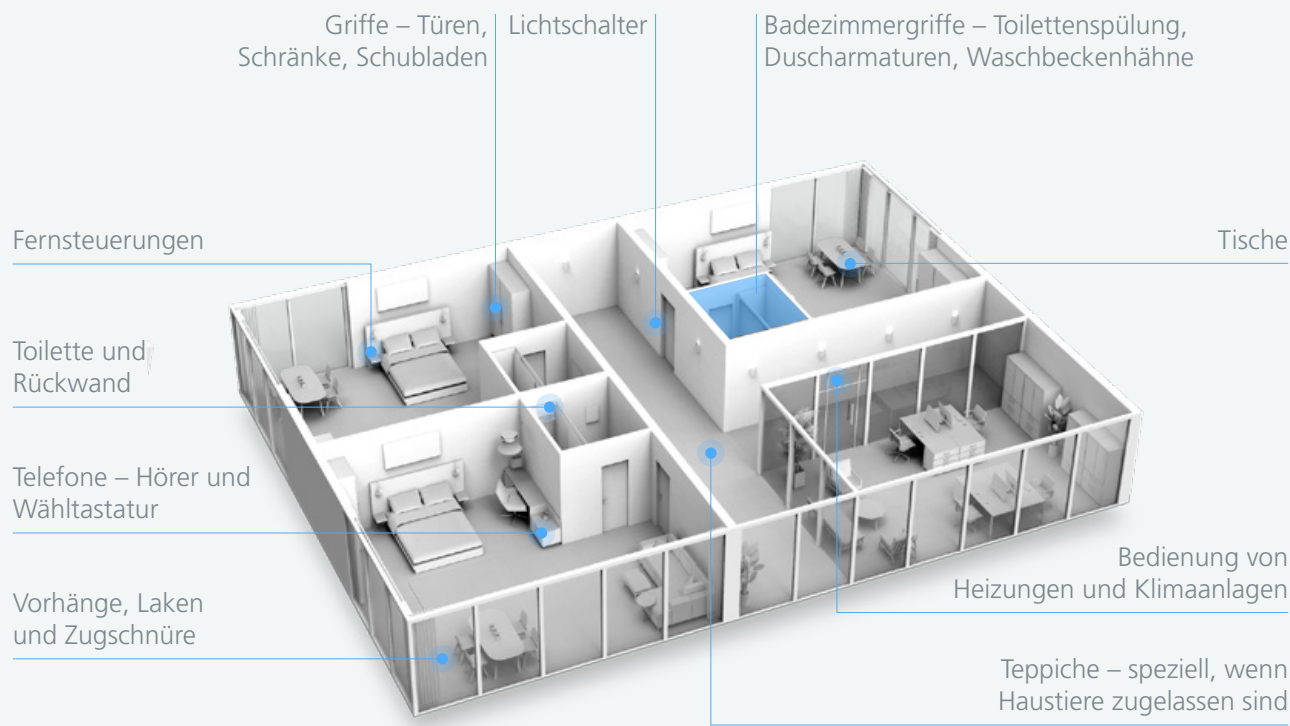
Erhöhte Reinigungsanforderungen und die Verwendung wirksamerer Reinigungskemikalien erfordern auch zusätzliche Schulungen für das hauseigene Reinigungspersonal sowie für Gewerbereiniger, weil nur so die ordnungsgemäße Anwendung strengerer Reinigungsverfahren als auch die richtigen Vorkehrungen zur Gewährleistung der Sicherheit der Reinigungsmittel sichergestellt werden können.



4. Größerer Fokus auf kritische Bereiche

Häufig berührte Gegenstände wie Türgriffe, Lichtschalter und Kontaktpunkte bei Geräten sind bereits Schwerpunkte für die Reinigung. Dieser Fokus kann noch ausgeprägter werden.

Beispielsweise hat die InterContinental Hotels Group im März diesen Jahres [Reinigungs- und Desinfektionsrichtlinien](#) für ihre Franchise-Unternehmen herausgegeben. Die Richtlinien nennen 10 Bereiche mit hoher Kontaktfrequenz in Hotelzimmern, die besondere Aufmerksamkeit erfordern:



Sie legen auch Reinigungshäufigkeiten für die wichtigsten Reinigungsbereiche in Eingangsbereichen, Restaurants, Besprechungsräumen und Fluren fest. Diese Richtlinien umfassen:

- Boden und Abfallbehälter alle 2 Stunden desinfizieren
- Tasten in Aufzügen jede Stunde desinfizieren
- Türgriffe von Gängen jede Stunde desinfizieren
- Öffentliche Telefone alle 2 Stunden desinfizieren
- Öffentliche Toiletten jede Stunde desinfizieren

Die erhöhte Aufmerksamkeit für diese High-Touch-Bereiche wird eine zusätzliche Herausforderung mit sich bringen: Alle anderen regelmäßigen Reinigungsaufgaben müssen weiterhin durchgeführt werden, vielleicht auch häufiger als bisher. Insbesondere unregelmäßige Oberflächen können äußerst schwierig zu reinigen sein. Dies kann zusammen mit dem Zeit- und Arbeitskostendruck das Interesse an Technologien wecken, die dem Reinigungspersonal Zeit sparen können.

Achten Sie bei der Entwicklung und Implementierung neuer Reinigungsverfahren besonders auf Tools und Technologien, mit denen Sie kritische Bereiche häufiger reinigen können, ohne die Aufgaben zu beeinträchtigen, die Ihr Team bereits täglich, wöchentlich und monatlich erledigt.

Beispiele für produktivitätssteigernde Reinigungstechnologien

- **Antimikrobielle Beschichtungen** – Antimikrobielle Beschichtungen an hochfrequentierten Berührungspunkten können die mikrobielle Kontamination verringern. Beispielsweise war Kupfer [das erste feste antimikrobielle Material, das von der US-amerikanischen Umweltschutzbehörde EPA registriert wurde](#). Neue im *New England Journal of Medicine* veröffentlichte [Forschungsergebnisse](#) legen nahe, dass es möglicherweise auch gegen SARS-CoV-2, das Virus, das COVID-19 verursacht, wirksam ist.
- **Autonome Reinigungsmaschinen** – Autonome Scheuersaugmaschinen können harte Böden in Eingangsbereichen, Korridoren und anderen öffentlichen Bereichen reinigen, so dass das Reinigungspersonal mehr Zeit für Bereiche hat, die eine menschliche Reinigungsarbeit erfordern. Für weitere Informationen lesen Sie ["Wie autonome Reinigungsmaschinen für bessere Reinigungsergebnisse sorgen und die Sicherheit der Mitarbeiter gewährleisten"](#).
- **Dampfreinigung** – Dampf kann wirkungsvoll Krankheitserreger in Bereichen beseitigen, in denen sich nicht viel Schmutz ansammelt, z. B. in Patientenzimmern in Gesundheitseinrichtungen und in Toiletten in Schulen und Hotels. Für weitere Informationen lesen Sie ["Warum Dampf die beste Lösung für die Reinigung ist, wenn Hygiene kritisch ist"](#).
- **Desinfektion mit Ozon oder UV-Licht** – Bei richtiger Anwendung können sowohl Ozon als auch [UV-Licht eine Desinfektion bewirken](#). Aber bitte befolgen Sie stets die jeweiligen am entsprechenden Ort geltenden behördlichen Richtlinien zur Desinfektion mit Ozon oder UV-Licht.



**5. Dokumentation und Offenlegung von
Reinigungsmethoden und -häufigkeit**

Man kann wahrscheinlich sagen, dass die meisten Menschen vor COVID-19 nicht an den Besonderheiten der Reinigungsmaßnahmen interessiert waren, die in Einkaufszentren, Sportstätten oder Bahnhöfen angewendet wurden. In Zukunft werden jedoch wahrscheinlich Informationen über Reinigungsmaßnahmen an den Eingängen dieser Orte angebracht, damit Kunden, Mitarbeiter und Besucher die Sauberkeit der Einrichtung vor dem Betreten beurteilen können.

Dies ist ein weiteres Phänomen, das in Hongkong aufgrund von SARS aufgetreten ist und von dem wir vermuten, dass eine weltweite Verbreitung stattfindet.

Gleichzeitig wollen Unternehmen die Menschen nicht abschrecken und ihr Risikobewusstsein ansprechen. Der Schlüssel wird also darin bestehen, genügend Informationen zu kommunizieren, damit sich die Menschen wohl fühlen und sie dennoch die angenehme Erfahrung des Reisens, des Kinobesuchs, des Essens in einem Restaurant usw. genießen können.



Im Folgenden finden Sie einige Möglichkeiten wie Sie Reinigungsinformationen öffentlich kommunizieren könnten:

- Standardarbeitsanweisungen, denen das Reinigungspersonal folgt
- Schilder, die angeben, wie häufig Oberflächen gereinigt und desinfiziert werden
- Reinigungszertifikate, ähnlich den Inspektionszertifikaten in Aufzügen, damit Interessenten mehr über die Reinigungsmaßnahmen erfahren können
- Ergebnisse von Bakterientests für kritische Bereiche wie Toiletten
- Zertifizierungen und andere Qualifikationen des Reinigungspersonals

6. Stärkerer Fokus auf Sicherheit und Arbeitsbedingungen des Reinigungspersonals

Das Reinigungspersonal ist bereits unterbesetzt und weist eine notorisch hohe Fluktuationsrate auf. Beispielsweise wird [in den USA die Fluktuationsrate auf etwa 200% jährlich geschätzt](#).

Dafür gibt es viele Gründe, aber einer davon sind die Gesundheits- und Sicherheitsrisiken. Reinigungskräfte arbeiten mit ätzenden Chemikalien, transportieren schwere Gegenstände und kommen mit potenziell infektiösem Abfall in Kontakt. SARS-CoV-2 ist ein weiteres Risiko, mit dem sie umgehen müssen. Diese Situation dürfte Reinigungsarbeiten noch weniger attraktiv machen.

Da der Arbeitskräftemangel nicht neu ist, werden bereits Anstrengungen unternommen, um die Sicherheit und die Arbeitsbedingungen zu verbessern. Angesichts der aktuellen Situation müssen die Arbeitgeber noch mutigere Maßnahmen ergreifen, um sowohl die Reinigungskräfte zu schützen als auch die Arbeitszufriedenheit zu verbessern.

Auf der Arbeitgeberseite prognostizieren wir zwei sich ergänzende Trends:

- 1. Mehr Interesse an autonomen Reinigungsmaschinen** – Wie bereits erwähnt, können autonome Maschinen einfache Aufgaben wie die Bodenreinigung erledigen, so dass sich menschliche Reinigungskräfte auf höherwertige Aufgaben konzentrieren können.
- 2. Mehr Aufwand, um Reinigungsjobs attraktiver zu gestalten** – Für Reinigungsjobs werden häufig nur Mindestlöhne gezahlt und es gibt nicht viele zusätzliche Vergünstigungen. Um qualifizierte Arbeitskräfte anzuziehen und zu halten, müssen Arbeitgeber Reinigungsjobs attraktiver gestalten. Arbeitsbedingungen, die die persönliche Gesundheit und Sicherheit der Reinigungskräfte gewährleisten (z. B. angemessene Schulungen, PSA), sollten Standard sein. Zusätzliche Vorteile können sein:
 - Höhere Löhne
 - Ausbildung und Möglichkeiten zur beruflichen Weiterentwicklung
 - Mehr bezahlter Urlaub
 - Grund- und / oder Krankenzusatzversicherung
 - Pensionsprogramme

Mitarbeiter sind Ihr wichtigstes Kapital. Wenn Sie Probleme haben, Reinigungsmitarbeiter einzustellen oder zu halten, ist es jetzt an der Zeit, mit Ihrem Team zu sprechen, wie Sie ein attraktiverer Arbeitgeber werden können.



7. Physische Neugestaltung in Gebäuden

Wir haben bereits gesehen, wie sich Unternehmen angepasst haben, um soziale Distanzierung zu unterstützen und kritische Risiken an Kontaktpunkten zu begrenzen – wie Markierungen auf dem Boden, um sichere Abstände von 1,5 m anzuzeigen, und Plexiglas-Trennwände zwischen Mitarbeitern und Kunden.

Bei der Wiedereröffnung von Bürogebäuden und anderen Arbeitsplätzen erwarten wir, dass solche Schutzmaßnahmen eingeführt werden – mit Schwerpunkt auf Raumgestaltung und Raumnutzung. Dies kann das Ersetzen von Fußböden, Arbeitsflächen und anderen Oberflächen durch Materialien umfassen, die einfacher zu reinigen sind, oder das Umgestalten öffentlicher Räume, um weniger unregelmäßige Formen und Oberflächen zu haben.

Wenn Sie Änderungen an der Nutzung Ihres Raums vornehmen, achten Sie darauf, ein Gleichgewicht zwischen der Kommunikation der Sicherheit und der Verbesserung des Kunden-/ Besuchererlebnisses herzustellen. Digitale Technologien können dabei helfen. Zum Beispiel bietet Marriott International

jetzt vollständig kontaktlose Check-In- und Check-Out-Prozesse über Smartphone-Apps sowie den schlüssellosen Zugang zum Zimmer an. Einige Bars und Restaurants haben die kontaktlose Bestellung und Abholung mithilfe von QR-Codes eingeführt.





03

Kundengewinnung in Zeiten von Covid-19

Einige der Branchen, in denen normalerweise Gewerbereiniger eingesetzt werden, sind von der Pandemie sehr stark betroffen. Selbst Branchen, die nicht finanziell betroffen sind, müssen ihre Reinigungsmaßnahmen verbessern. Infolgedessen werden sehr viele Unternehmen versuchen, ihren Sauberkeitsstandard zu optimieren, ohne dadurch zusätzliche Personalkosten zu verursachen. Dies bietet Gewerbereinigern die Möglichkeit, nachzuweisen, dass sie die neuen Erwartungen verstehen und bessere Ergebnisse zu einem angemessenen Preis erzielen können.

In den folgenden Abschnitten werden sechs unterschiedliche Branchen betrachtet – Gastgewerbe, Gesundheitswesen, Bildung, Einzelhandel, Büros und öffentliche Verwaltung sowie Lagerhaltung und Logistik –, die häufig ihre Reinigungsdienste auslagern. Für jede Branche werden wir Folgendes untersuchen:

- Die geschäftlichen Auswirkungen von COVID-19
- Der Wert, den die Reinigung bietet – auf Grundlage einer Umfrage unter Käufern von Reinigungsgeräten, die wir im letzten Jahr durchgeführt haben
- Wie die Pandemie den Reinigungsbedarf der Branche nach COVID-19 verändern wird

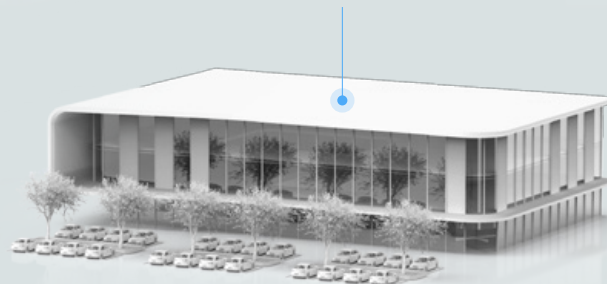
HOTEL- UND GASTGEWERBE



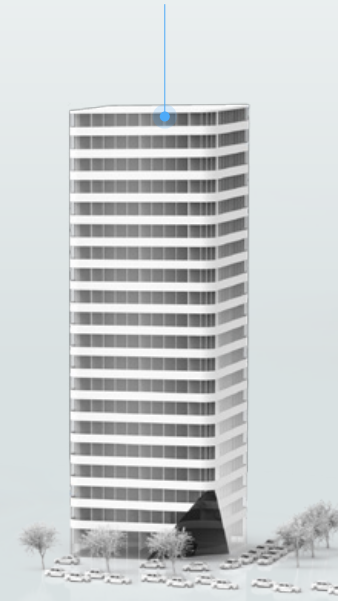
BILDUNGSWESEN



EINZELHANDEL



BÜROS UND ÖFFENTLICHE VERWALTUNG



LAGER UND LOGISTIK



GESUNDHEITSWESEN



Hotel- und Gastgewerbe

Die geschäftlichen Auswirkungen von COVID-19

Der gesamte Bereich des Gastgewerbes und die damit zusammenhängenden Branchen sind besonders stark betroffen. Fluggesellschaften, Hotels, Ferienanlagen und Unterhaltungsstätten auf der ganzen Welt verzeichnen enorme Verluste. Erst in jüngster Zeit gab es Grund zu leichtem Optimismus.

Am 17. Juni 2020 [berichtete die Global Business Travel Association \(GBTA\)](#), dass ihre Mitglieder zum ersten Mal seit Beginn der Pandemie einen Anstieg der Buchungen verzeichneten. Darüber hinaus gab mehr als die Hälfte der Befragten der [jüngsten Coronavirus-Umfrage von GBTA](#) an, dass sie die regulären Inlandsreisen innerhalb von 3 Monaten und die regulären Auslandsreisen innerhalb von 6 Monaten wieder aufnehmen werden.

Geschäftsreisen werden wahrscheinlich viel früher zur Normalität zurückkehren als Urlaubsreisen, wodurch es ein gutes Frühwarnsystem für die Zukunft ist.



Reinigungsziele und -werte

Reinigung war im Hotel- und Gastgewerbe schon immer äußerst wichtig für das Geschäft. Unsere Recherche ergab, dass Sauberkeit im Gastgewerbe als Zeichen für die Qualität der übrigen Dienstleistungen angesehen wird. Beispielsweise entscheiden Kunden womöglich anhand der wahrgenommenen Sauberkeit der Hotellobby, ob sie in einem Hotelrestaurant speisen möchten oder nicht. Dies bedeutet, dass jeder Hotelbereich mit einem sehr hohen Standard gereinigt werden muss, um einen positiven Eindruck bei den Gästen zu hinterlassen.

Wert der Reinigung:

- Wahrung des Markenrufs
- Zeichen der Dienstleistungsqualität
- Bietet ein ausgezeichnetes Erlebnis für Gäste
- Sorgt für positive Bewertungen und Weiterempfehlungen

Reinigung nach COVID-19

In der Zeit nach COVID-19 wird die Reinigung noch mehr an Bedeutung gewinnen, um ein hervorragendes Kundenerlebnis zu bieten. Dabei müssen die Reinigungsverfahren sowohl hinsichtlich der Gründlichkeit als auch der Häufigkeit noch strikter sein.

In der oben angeführten GBTA-Umfrage nannten die Befragten steigende Reinigungsstandards als die wichtigste Maßnahme, die das Gastgewerbe ergreifen

könnte, um Bedenken hinsichtlich Gesundheit und Sicherheit auszuräumen. Sie zeigten auch Interesse daran, mehr darüber zu erfahren, was Lieferanten tun, um ihre Sicherheit zu gewährleisten. Zum Beispiel gaben 32% an, dass sie mehr Informationen über Reinigungs- und Hygienepraktiken von Lieferanten wünschen, während 34% Informationen über die Kontrolle dieser Hygienepraktiken durch unabhängige Dritte wünschen.

Strategien zur Ansprache der funktionalen und psychologischen Aspekte der Reinigung
Funktional

- Konzentrieren Sie sich verstärkt auf die Reinigung und Desinfektion von Kontaktpunkten wie Türgriffen und weiteren Kontaktpunkten mit häufigem menschlichem Kontakt wie Toiletten, Theken und öffentlichen Loungebereichen
- Verwenden Sie in Kernbereichen Desinfektionsmittel in Krankenhausqualität

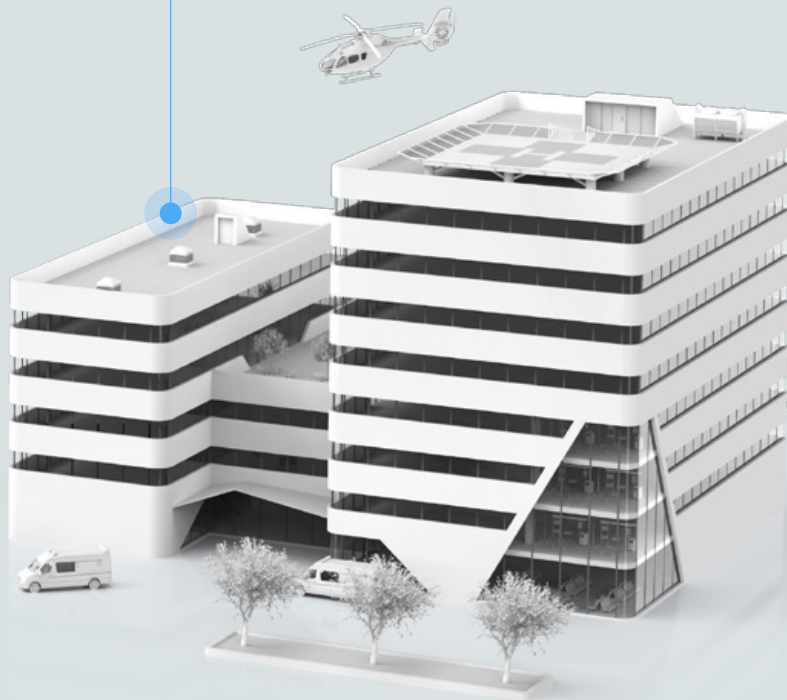
Psychologisch

- Priorisieren Sie die sichtbare Reinigung in öffentlichen Bereichen wie Eingangsbereichen, Aufzügen, Toiletten und Restaurants
- Kommunizieren Sie proaktiv mit den Gästen über Reinigungsverfahren
- Zeigen Sie Dokumentationen Ihrer Reinigungspraktiken und Kontrollen auf
- Berücksichtigen Sie die Themen Sauberkeit und Sicherheit in Ihrer Markenbotschaft

Gesundheitswesen

Die geschäftlichen Auswirkungen von COVID-19

COVID-19 hat offensichtlich einen enormen Einfluss auf die Gesundheitsbranche gehabt. Die meisten betroffenen Bereiche übertreffen den Umfang dieses E-Books, weshalb wir uns hier auf die beiden Bereiche beschränken, die für die Reinigung am relevantesten sind.



Erstens hat die Nachfrage nach Gesundheitsdienstleistungen – im Gegensatz zu den anderen Branchen dieser Liste – zugenommen, was bedeutet, dass Krankenhäuser und andere Pflegeeinrichtungen in ihrer gesamten Geschäftstätigkeit effektiver und effizienter sein müssen.

Wir erwarten höhere Investitionen in das Gesundheitswesen, einschließlich höherer Budgets für die Reinigung.

Zweitens beginnen Gesundheitssysteme und -einrichtungen bereits zu bewerten, was im Verlauf der gegenwärtigen Pandemie geschehen ist, damit sie sich auf zukünftige vorbereiten können. Dies geschah in Asien nach SARS, was ein Grund dafür ist, dass [viele asiatische Länder besser auf COVID-19 reagieren konnten](#) als Länder, die der Vorbereitung auf eine Pandemie keine Priorität einräumten.

Reinigungsziele und -werte

Der Gesundheitssektor reinigt bereits nach höchsten Standards und befolgt strenge Reinigungsmaßnahmen, um Sicherheit zu gewährleisten. Nach unseren Untersuchungen sind die wichtigsten Gründe für die Reinigung im Gesundheitswesen die Einhaltung von Gesundheits- und Sicherheitsstandards und die Vermeidung der Gefährdung von Leben.

Wert der Reinigung:

- Patienten und Besuchern versichern, dass die Umgebung für die Behandlung und Genesung sicher ist
- Erfüllen der hohen Patientenerwartungen
- Sicherstellung, dass die hygienischen Bedingungen das Risiko limitieren, dass Patienten an Infektionen oder Krankheiten erkranken, die zu Rückschlägen und einer langsameren Erholung führen können

Reinigung nach COVID-19

Aufgrund des bereits hohen Reinigungsstandards erwarten wir vor allem die Erweiterung bestehender Reinigungsmaßnahmen und Investitionen in Technologien, um das Reinigungspersonal produktiver zu gestalten.

Strategien zur Ansprache der funktionalen und psychologischen Aspekte der Reinigung

Funktional

- Konzentrieren Sie sich verstärkt auf die Reinigung und Desinfektion von Kontaktpunkten wie Türgriffen und weiteren Kontaktpunkten mit häufigem menschlichem Kontakt wie Toiletten, Tresen und öffentlichen Loungebereichen
- Reinigen Sie alle Bereiche der Einrichtung (Warteräume, Toiletten usw.) nach den gleichen Standards wie Bereiche mit hohem Risiko wie Operationssäle
- Führen Sie strengere Prüfungen und Kontrollen der Reinigungsvorgänge durch
- Weisen Sie Reinigungsgeräte nur einem Bereich der Einrichtung zu (z. B. eine Scheuersaugmaschine für Gänge, eine weitere für Patientenzimmer)
- Investieren Sie in neue Lösungen wie autonome Scheuersaugmaschinen, um ein hohes Maß an Hygiene zu gewährleisten und Kreuzkontaminationen zu vermeiden
- Schulen Sie das Reinigungspersonal regelmäßig in Tiefenreinigungsverfahren und -methoden

Psychologisch

- Priorisieren Sie die sichtbare Reinigung in öffentlichen Bereichen wie Wartebereichen, Aufzügen und Toiletten
- Kommunizieren Sie proaktiv mit Patienten und Besuchern über Ihre Reinigungsverfahren
- Zeigen Sie Dokumentationen Ihrer Reinigungspraktiken und Kontrollen auf

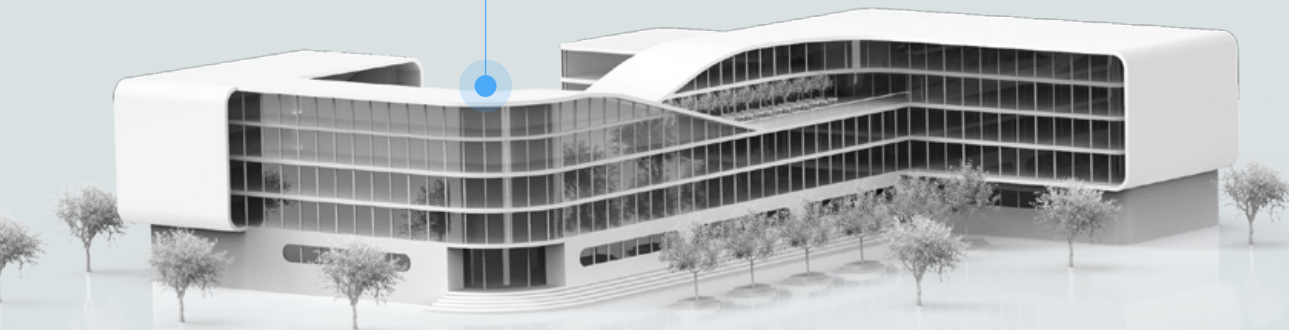
Bildungswesen

Die geschäftlichen Auswirkungen von COVID-19

Schulen, Hochschulen und Universitäten auf der ganzen Welt wurden in der ersten Welle der COVID-19-Pandemie geschlossen und die meisten von ihnen wurden erst nach der Sommerpause wieder eröffnet. Künftig werden die Behörden und Regierungen sorgfältig prüfen, ob und wie die Schulen und Hochschulen ihren Betrieb wieder auf sichere Weise aufnehmen können.

Da in Bildungseinrichtungen viele Menschen auf kleinem Raum zusammenkommen, sind dies erhebliche Risikozonen für die Verbreitung von Infektionen.

Daher erwarten wir, dass die Schulen auch nach COVID-19 höhere Reinigungsstandards beibehalten. Um diese Standards zu erreichen, müssen die normalerweise knappen Reinigungsbudgets erhöht werden.



Reinigungsziele und -werte

In unserer [Umfrage 2019 zu internationalen Reinigungstrends](#) gab nur etwas mehr als die Hälfte (51%) der Befragten an, dass die Reinigung für sie geschäftskritisch sei. Wir vermuten, dass dieser Prozentsatz näher an 100% liegen würde, wenn wir die Umfrage heute wiederholen würden. Eine saubere und sichere Umgebung ist nicht nur eine Voraussetzung für effektives Lernen, sondern die Eltern werden auch auf die Sauberkeit der Einrichtung achten, um sicherzustellen, dass ihre Kinder sicher sind und keine Krankheit bekommen, mit der sie zudem die Familie anstecken könnten.

Wert der Reinigung:

- Gewährleistung einer sicheren und effektiven Lernumgebung
- Minimierung des Infektionsrisikos
- Stärkung des Vertrauens der Eltern in die Gesundheit und Sicherheit ihrer Kinder

Reinigung nach COVID-19

Schüler, Eltern und Mitarbeiter werden wahrscheinlich stärker auf Sauberkeit und Hygiene achten. Um ihren Befürchtungen entgegen zu treten, müssen die entsprechenden Verwaltungen strikte Reinigungsverfahren einführen und umfassend an alle Beteiligten kommunizieren.

Strategien zur Ansprache der funktionalen und psychologischen Aspekte der Reinigung

Funktional

- Führen Sie strengere Reinigungsverfahren durch und erhöhen Sie die Reinigungshäufigkeit
- Konzentrieren Sie sich verstärkt auf die Reinigung und Desinfektion von Kontaktpunkten wie Türgriffen und weiteren Kontaktpunkten mit häufigem menschlichem Kontakt wie Toiletten, Sporthallen und Cafeterias
- Fordern Sie das hauseigene Reinigungspersonal auf, spezielle Schulungen und Zertifizierungen durchzuführen
- Bestellen Sie professionelle Gewerbereiniger für die regelmäßige Tiefenreinigung

Psychologisch

- Dokumentieren Sie die neuen Reinigungsverfahren gründlich
- Kommunizieren Sie proaktiv mit allen Beteiligten über Reinigungsmaßnahmen
- Informieren Sie alle Beteiligten über korrekte Hygienemaßnahmen

Einzelhandel

Die geschäftlichen Auswirkungen von COVID-19

Viele Bereiche des Einzelhandels werden vor einem harten Kampf stehen. In verschiedenen Interviews und Umfragen sagten Experten aus der gesamten Einzelhandelsbranche, dass sie erwarten, dass es 6 bis 12 Monate oder sogar länger dauern wird, bis sich der traditionelle Einzelhandel erholt.

Mehrere Umfragen haben sich mit der Verbraucherstimmung über das Einkaufen in Geschäften befasst, und es herrscht allgemeine Übereinstimmung darüber, dass die meisten Menschen noch nicht für das Einkaufen im stationären Einzelhandel bereit sind. Beispielsweise ergab eine [kürzlich von SmarterHQ durchgeführte Umfrage](#), dass nur 36,5% der Verbraucher planen, im nächsten Jahr nicht unbedingt notwendige Artikel (Beautyprodukte, Kleidung usw.) in Ladengeschäften einzukaufen.

Um Kunden zurückzugewinnen, müssen physische Geschäfte nicht nur Sicherheit bieten, sondern auch mit dem Online-Geschäft konkurrieren, [das weltweit weiterhin erheblich wächst](#).

Neben dem Schutz der Kunden müssen Einzelhandelsgeschäfte – wie alle Unternehmen – auch die Sicherheit der Mitarbeiter gewährleisten. Unternehmen haben bereits Änderungen vorgenommen wie z. B. die Begrenzung der Anzahl der Personen, die gleichzeitig in einem Geschäft erlaubt sind, die Steuerung der Verkehrsflussrichtung und die Installation von Plexiglasscheiben an Kassen.



Reinigungsziele und -werte

In der Vergangenheit haben womöglich viele Einzelhändler die Bedeutung von Sauberkeit unterschätzt. Der [“The State of Brick and Mortar Retail Report 2019”](#) von ServiceChannel, ein Bericht über den stationären Einzelhandel, ergab, dass 4 von 10 Kunden weniger Geld in einem Geschäft ausgeben, in dem sie negative Erfahrungen gemacht haben und 43% stattdessen sogar einen Wettbewerber bevorzugen. Und was ist ein Hauptgrund für negative Erfahrungen? Mangelnde Sauberkeit. [Laut dem Kundendienstexperten Shep Hyken](#) können schmutzige Böden, Regale und Toiletten „Signale an Kunden senden, dass ... die Waren möglicherweise auch nicht von guter Qualität sind“.

Wert der Reinigung:

- Gewährleistung einer Umgebung für ein angenehmes und reibungsloses Einkaufserlebnis
- Sorgt dafür, dass Kunden länger bleiben und wiederkommen
- Für Lebensmittelunternehmen: Einhaltung von Standards und Qualität, um Vertrauen zu schaffen

Reinigung nach COVID-19

Einzelhändler müssen sich der Bedeutung der Reinigung für das Kundenerlebnis besonders bewusst sein. Insbesondere größere Ketten sollten besonders darauf achten, wie sich die Kundenstimmung auf den allgemeinen Ruf der Marke auswirkt.

Strategien zur Ansprache der funktionalen und psychologischen Aspekte der Reinigung

Funktional

- Konzentrieren Sie sich verstärkt auf die Reinigung und Desinfektion von Kontaktpunkten wie Wägen, Körben, Kassengebieten und öffentlichen Toiletten
- Bieten Sie dem Personal spezielle Schulungen zu Reinigungs-, Desinfektions- und Hygienemaßnahmen an
- Führen Sie eine regelmäßige Tiefenreinigung durch
- Verwenden Sie in größeren Räumen autonome Reinigungsmaschinen, um den ganzen Tag über kontinuierlich zu reinigen

Psychologisch

- Reinigen Sie häufiger und sichtbarer, um die Sicherheit zu gewährleisten, einen positiven Eindruck zu machen und Ihre Marke zu stärken
- Kommunizieren Sie proaktiv mit Kunden über Reinigungsstandards und -verfahren

Büros und öffentliche Verwaltung



Die geschäftlichen Auswirkungen von COVID-19

COVID-19 hat den bereits bestehenden Trend zur Arbeit von zu Hause enorm verstärkt. Büroschließungen und Beschränkungen hinsichtlich der in Räumen zulässigen Personenzahl führten zu einer vollständigen Umstellung der täglichen Arbeitsweise vieler Mitarbeiter. Es kann sehr lange dauern, bis viele dieser Personen ins Büro zurückkehren. Eine [Umfrage von Gartner](#) ergab, dass fast drei Viertel (74%) der Unternehmensleitungen erwarteten, dass zumindest einige ihrer Mitarbeiter, die zur Arbeit aus dem Homeoffice übergegangen waren, auch nach der Pandemie weiterhin so arbeiten würden.

Diejenigen, die zur Arbeit zurückkehren, werden feststellen, dass sich die Dinge stark verändert haben. Soziale Distanzierung wird umgesetzt, Gemeinschaftsräume (wie Kantinen und Konferenzräume) sind möglicherweise nicht mehr zugänglich, und es wird keine Toleranz für Menschen geben, die zur Arbeit kommen, wenn sie auch nur leicht krank sind.



Reinigungsziele und -werte

In Bürogebäuden lag der Hauptgrund für die Reinigung in der Regel darin, einen guten Eindruck bei den Besuchern zu hinterlassen und ein ablenkungsfreies Arbeitsumfeld zu schaffen. Wenn Büroangestellte wieder arbeiten, muss der Schwerpunkt auf Gesundheit und Sicherheit verlagert werden.

Wert der Reinigung:

- Gewährleistung einer produktiven Arbeitsumgebung
- Den Mitarbeitern zeigen, dass sich das Management um ihr Wohlergehen kümmert
- Gesundheit und Sicherheit fördern

Reinigung nach COVID-19

Änderungen in den täglichen Reinigungsvorgängen werden wahrscheinlich unterschiedlich sein. Beispielsweise konzentrieren sich Büros, in die nicht viele Besucher kommen (z. B. Technologieunternehmen), auf die Gesundheit, Sicherheit und das Wohlbefinden

ihrer Mitarbeiter. Büros, die regelmäßig Besucher empfangen (z.B. Banken), werden das Thema Reinigung in ihre Markenbotschaft integrieren. Alle werden jedoch wahrscheinlich striktere Reinigungsverfahren als in der Vergangenheit durchführen müssen.

Strategien zur Ansprache der funktionalen und psychologischen Aspekte der Reinigung

Funktional

- Konzentrieren Sie sich verstärkt auf die Reinigung und Desinfektion von Kontaktpunkten wie Türgriffe und Punkte mit häufigem menschlichem Kontakt wie Toiletten, Theken und öffentlichen Loungebereichen
- Fordern Sie das hauseigene Reinigungspersonal auf, spezielle Schulungen und Zertifizierungen durchzuführen
- Bestellen Sie professionelle Gewerbereiniger für die regelmäßige Tiefenreinigung
- Überprüfen Sie Lüftungsanlagen, um die Raumluftqualität zu verbessern

Psychologisch

- Priorisieren Sie die sichtbare Reinigung in öffentlichen Bereichen wie Eingangsbereichen, Aufzügen und Toiletten
- Kommunizieren Sie proaktiv mit den Gästen über Reinigungsverfahren
- Zeigen Sie Dokumentationen Ihrer Reinigungspraktiken und Kontrollen auf

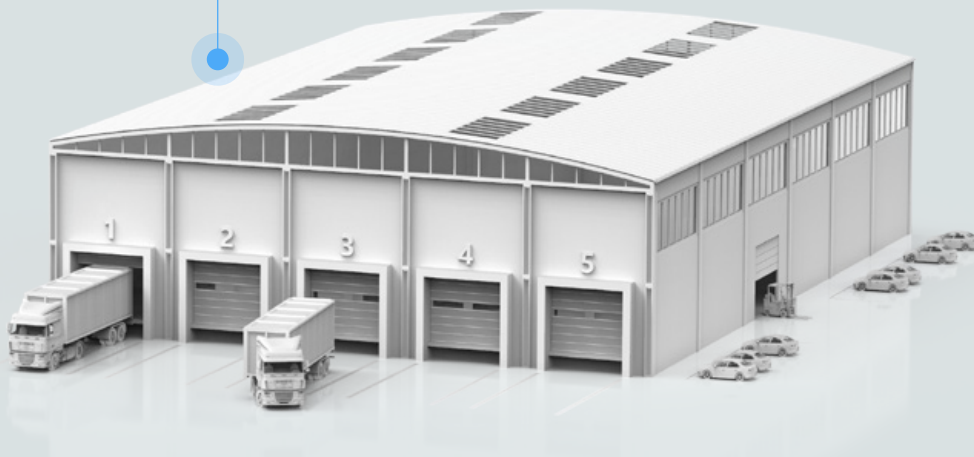
Lager und Logistik

Die geschäftlichen Auswirkungen von COVID-19

Der Ausbruch der Covid-19-Pandemie hat die entscheidende Rolle, die Lagerhaltung und Logistik für die Annehmlichkeit unseres täglichen Lebens spielt, nachdrücklich unterstrichen.

Für viele war es eine neue Erfahrung, die Regale der Lebensmittelgeschäfte leer aufzufinden. Dies betonte die Bedeutung der Logistik und der Arbeiter, die den Warenverkehr ermöglichen.

Während des Ausbruchs wurden Unternehmen wie Amazon heftig dafür kritisiert, dass sie ihre Arbeitnehmer nicht angemessen schützen. Diese kritische Haltung dürfte das allgemeine Bewusstsein und die Aufmerksamkeit für die Reinigung fördern, insbesondere bei großen Unternehmen. Zu den zusätzlichen präventiven Kontrollen gehören gestaffelte Schichten und die Beschränkung des Zugangs zu Lagereinrichtungen.



Reinigungsziele und -werte

Sauberkeit hat immer zur Profitabilität von Lagerbetrieben beigetragen, indem sie einen effizienten Betrieb ermöglichte. Verschmutzungen verursachen Rutschgefahr für Personen und Hindernisse für Gabelstapler, Staub verringert die Luftqualität und Schmutz kann mechanische Systeme von Förderbändern sowie weitere Geräte beschädigen.

Wert der Reinigung:

- Für reibungslose und effiziente Abläufe sorgen
- Gewährleistung der Gesundheit und Sicherheit der Arbeitnehmer
- Den sicheren und effektiven Verkehr von Gabelstaplern und anderen Fahrzeugen gewährleisten
- Bewahrt die Qualität der gelagerten Produkte

Reinigung nach COVID-19

Da Lager ein so wichtiges Glied in allen Lieferketten sind, werden Lagerdienstleister von ihren Kunden unter Druck gesetzt, ihre Reinigungsverfahren und -protokolle zu verbessern. Dazu gehört wahrscheinlich auch eine stärkere Konzentration auf die weiteren Prozesse der Desinfektion.

Strategien zur Ansprache der funktionalen und psychologischen Aspekte der Reinigung

Funktional

- Konzentrieren Sie sich verstärkt auf die Reinigung und Desinfektion von Kontaktpunkten wie Türgriffen, Handläufen, Computern, Bedienfeldern und Aufzügen und weiteren Kontaktpunkten mit häufigem menschlichem Kontakt wie Toiletten, Umkleieräume und Pausenbereiche
- Desinfizieren Sie Oberflächen an Geräten einschließlich Lenkrädern, Bedienelementen, Stufen, Leitern und Griffen
- Desinfizieren Sie Handgeräte und tragbares Zubehör wie Handgelenkbänder, Handriemen, Schutzbrillen, Westen, Werkzeuggürtel und Kopfbedeckungen
- Desinfizieren Sie Verpackungen und Paletten in ein- und ausgehenden Frachtgütern
- Erhöhen Sie die Reinigungshäufigkeit für Systeme, die Luft zirkulieren lassen und Staub auffangen

Psychologisch

- Kommunizieren Sie proaktiv mit Mitarbeitern und Kunden über Reinigungsverfahren
- Zeigen Sie Dokumentationen Ihrer Reinigungspraktiken und Kontrollen auf
- Informieren Sie Mitarbeiter über korrekte Hygienemaßnahmen

Möglichkeiten für Gewerbereiniger

Die Zeit nach COVID-19 wird für alle Branchen, in denen Gewerbereiniger tätig sind, eine Herausforderung sein. Diese Herausforderungen bieten Gewerbereinigern die Möglichkeit, ihren Kunden bei diesen Herausforderungen zu helfen, indem sie das erforderliche Maß an Sauberkeit auf kostengünstige Weise bereitstellen.

Auswirkungen von COVID-19 auf die Branche der Gewerbereinigung

Gewerbereiniger werden wahrscheinlich erhebliche Veränderungen in ihrer täglichen Geschäftstätigkeit erleben. Die Reinigungsstandards werden insgesamt strikter sein, aber es wird immer noch Unterschiede geben, die vom Kundentyp abhängen. Wenn Reinigungspläne aktualisiert werden, stellen Gewerbereiniger möglicherweise fest, dass sie hinsichtlich der von ihnen verwendeten Produkte und Verfahren weniger flexibel sind. In Zukunft kann eine fortlaufende Schulung in Bezug auf Reinigungsverfahren und Prävention persönlicher Risiken obligatorisch sein.

Wir können sicher sein, dass Reinigung arbeitsintensiver wird. Beispielsweise können Unternehmen insbesondere während der Wiedereröffnungsphase Gewerbereiniger beauftragen, häufigere Tiefenreinigungen durchzuführen, um die von den Gesundheitsbehörden festgelegten Desinfektionsstandards zu erfüllen.

Gleichzeitig stehen viele dieser Unternehmen unter starkem finanziellem Druck, was bedeutet, dass sie versuchen werden, ihre Ausgaben zu senken. Diese Situation wird sich verschlechtern, wenn die Weltwirtschaft in eine anhaltende Rezession gerät.

Strategien zur Berücksichtigung der funktionalen und psychologischen Aspekte von Reinigung

Für Gewerbereiniger ist es ebenso wichtig wie für ihre Kunden, sowohl die psychologischen als auch die funktionalen Aspekte der Reinigung zu berücksichtigen.

Funktional

- Richten Sie besondere Aufmerksamkeit auf die Desinfektion wichtiger Kontaktpunkte
- Fordern Sie Mitarbeiter auf, spezielle Schulungen und Zertifizierungen durchzuführen
- Verwenden Sie Checklisten, um zu dokumentieren, dass die erforderlichen Arbeiten ausgeführt wurden
- Stellen Sie nach jedem Gebrauch die ordnungsgemäße Desinfektion der Reinigungsgeräte sicher
- Investieren Sie in autonome Reinigungsmaschinen

Psychologisch

- Kommunizieren Sie proaktiv ein Verständnis der Reinigungsstandards und -verfahren, insbesondere für kritische Fokusbereiche
- Vereinbaren Sie Zeitpläne, um die Bedürfnisse der Kunden nach einer sichtbaren Reinigung am Tag zu erfüllen



04

Technologien, die die Reinigung in der neuen Normalität unterstützen

In diesem E-Book haben wir auf neue Innovationen und Technologien hingewiesen, die die Reinigung effizienter machen und die Produktivität der Reinigungsteams steigern. Hier stellen wir drei technologiebasierte Innovationen vor, die die Zukunft der Reinigung bestimmen werden. All diese Innovationen bahnten sich bereits vor der Pandemie an. Durch die Pandemie jedoch erfolgt nun ihre beschleunigte Einführung.



Autonome Lösungen

Autonome Reinigungslösungen sind Maschinen, welche die Arbeit selbstständig erledigen können, ohne dass menschliche Hilfe erforderlich ist. Für gewerbliche und industrielle Anwendungen werden autonome Reinigungslösungen in Form von Roboter-Scheuersaugmaschinen angeboten.

Nach COVID-19 bietet die autonome Reinigungstechnologie drei wesentliche Vorteile:

- 1. Sie spart dem Reinigungspersonal Zeit, damit es mehr erledigen kann.** Während autonome Scheuersaugmaschinen die Böden reinigen, kann das menschliche Reinigungspersonal Türgriffen, Theken und anderen Bereichen mit hoher Kontaktfrequenz und hohem Risiko, die wir im vorherigen Abschnitt genannt haben, die erforderliche Aufmerksamkeit widmen.
- 2. Die Garantie einer vollständigen Reinigungsabdeckung.** Wenn das Risiko so hoch ist, muss jede Oberfläche so gründlich wie möglich gereinigt werden. Autonome Scheuersaugmaschinen fahren jedes Mal den gleichen Weg ab und erreichen regelmäßig eine Abdeckung zwischen 98% und 99,5%, was mehr ist als man normalerweise bei einer manuellen Reinigung erreicht.

- 3. Minimierung der Zeit, die das Reinigungspersonal in frequentierten Räumen verbringen muss.** In Bereichen, in denen Krankheitserreger vorhanden sein können, wie z. B. in Gesundheitseinrichtungen, können autonome Lösungen die Wahrscheinlichkeit verringern, mit der das Reinigungspersonal Krankheitserregern ausgesetzt wird. Darüber hinaus können autonome Reinigungsmaschinen Unternehmen dabei helfen, zwei Ziele zu erreichen: sichtbare Reinigung und der Schutz des Personals, da sich die Reinigungskräfte nicht in stark frequentierten Bereichen aufhalten müssen.

Erfahren Sie hier mehr: [Wie autonome Reinigungsmaschinen für bessere Reinigungsergebnisse sorgen und die Sicherheit der Mitarbeiter gewährleisten können.](#)



Onlineschulung

Qualifizierte und geschulte Arbeitskräfte sind heute so wichtig wie nie zuvor. Mit der Einführung von strengeren Reinigungsstandards werden wahrscheinlich viele Unternehmen Reinigungspersonal laufend schulen müssen. Der Nachweis kann sogar Teil der Dokumentation sein, die Unternehmen vorlegen müssen, um ihren Kunden zu zeigen, dass sie die zur Gewährleistung der Sicherheit erforderlichen Maßnahmen ergreifen.

Onlineschulungen sind eine großartige Möglichkeit, Ihre Reinigungsmitarbeiter schnell auf den neuesten Stand zu bringen und sich kontinuierlich weiterzuentwickeln. Die folgenden drei Einrichtungen bieten Online-Schulungen an:

1. Die [virtuelle Akademie des Europäischen Zentrums für die Prävention und die Kontrolle von Krankheiten](#) bietet kostenlose Kurse für jedermann an. Dazu gehört auch eine Serie von [Microlearning-Kursen](#) über COVID-19.
2. Eine formellere Schulungsmöglichkeit bietet das [Cleaning Management Institute \(CMI\) der ISSA](#) mit Kursen für Reinigungsmitarbeiter, Manager und Vorgesetzte und weitere an. Ihre Zertifizierung für [Custodial Technician Training](#) kann online erworben werden.

3. Die [Nilfisk University](#) bietet On-Demand-Schulungen für Bediener, Techniker und Kundenbetreuer an, damit die Mitarbeiter die Verwendung von Reinigungsmaschinen erlernen können. Auf die Kurse kann von jedem Gerät aus zugegriffen werden. Dies ist eine äußerst flexible und effektive Möglichkeit für Reinigungsmitarbeiter, ihre Fähigkeiten auf dem neuesten Stand zu halten.

Virtuelle Besuche vor Ort und Servicebesuche

Weil die Reinigung geschäftskritisch geworden ist, können es sich Unternehmen nicht leisten, dass ihre Maschinen nicht funktionstüchtig sind. Um die Maschinen am Laufen zu halten und auch die Belegschaft zu schützen, bieten viele Hersteller von Reinigungsmaschinen virtuelle Standortbesuche sowie virtuelle Servicebesuche an. Mithilfe von Videokonferenzsoftware, Augmented-Reality-Headsets und mehr können Servicetechniker Kunden bei der schnellen Fehlerbehebung und -lösung unterstützen, was Ausfallzeiten der Geräte minimiert und Unternehmen Zeit und Geld für Servicebesuche spart. Dieser Trend steckt noch in den Anfängen – wir erwarten mehr Innovationen in diesem Bereich, wenn die Hersteller von Reinigungsgeräten die neue Arbeitsweise übernehmen.



05

Unterstützung und Schutz des Reinigungspersonals

Angesichts der COVID-19-Pandemie wurde das Reinigungspersonal endlich als einer der wichtigsten Mitarbeiter an vorderster Front anerkannt. Um hervorragende Mitarbeiter einzustellen und zu halten (insbesondere angesichts der bekanntlich hohen Fluktuationsraten), müssen Unternehmen zusätzliche Anstrengungen unternehmen, um sie zu unterstützen und zu schützen.

Zuvor haben wir bereits erklärt, wie Unternehmen die Reinigungsbranche für Arbeitssuchende attraktiver gestalten können. Hier zeigen wir drei Möglichkeiten auf, wie Unternehmen ihre vorhandenen Reinigungskräfte unterstützen und schützen können.

Bereitstellung von für die Arbeit benötigten Geräten

Professionelle Reinigung ist harte Arbeit und mit den neuen strikten Reinigungsstandards wird es noch aufwendiger. Die einzige Möglichkeit für Reinigungsmitarbeiter, alle Reinigungsziele zu erreichen, besteht darin, über die Mittel zu verfügen, die sie für die Arbeit benötigen.

In den zuvor erwähnten Richtlinien zur Reinigung und Desinfektion der InterContinental Hotels Group wurde beispielsweise festgelegt, dass Böden in wichtigen Bereichen wie Lobbys und Toiletten alle 2 Stunden desinfiziert werden müssen. Nur in den kleinsten Hotels ist es wahrscheinlich möglich, diesen Standard mit Mopp und Eimer zu erreichen. Wenn eine Reinigungskraft einen Reinigungs- und Desinfektionszyklus abgeschlossen hat, müsste sie sofort erneut beginnen. Dies ist nicht nur ineffizient, sondern die Reinigungskraft hätte auch keine Zeit, etwas anderes zu tun.

Wenn Ihr Unternehmen noch nicht in Reinigungsgeräte investiert hat, ist jetzt der richtige Zeitpunkt dafür.



Schulung auf Reinigungsmethoden und -geräte

Insgesamt erhalten die Mitarbeiter nicht genügend Schulungen. Laut dem Personal- und Managementexperten Peter Cappelli erhielten junge Arbeitnehmer 1979 durchschnittlich 2,5 Wochen Schulungen pro Jahr. Bis 1995 sank diese Zahl auf unter 11 Stunden. Aktuellere Zahlen zum Schulungsaufwand sind schwer zu finden, was wahrscheinlich darauf hinweist, dass sie noch weiter gesunken sind.

In der Reinigungsbranche gefährdet ein Mangel an Schulungen die Belegschaft in mehrfacher Hinsicht.

Erstens arbeiten Reinigungsmitarbeiter häufig mit schweren Geräten und giftigen Chemikalien. Ohne angemessenes Training könnten sie Schaden erleiden. Das zusätzliche Risiko von COVID-19 macht Schulungen für den Schutz der Personen noch wichtiger.

Die andere Art, wie ein Mangel an Ausbildung die Belegschaft bedroht, ist die Erhöhung der Mitarbeiterfluktuation. In einer Umfrage unter Arbeitnehmern in Großbritannien gab mehr als die Hälfte (56%) an, dass sie ihren Arbeitsplatz verlassen würden, wenn die Arbeitgeber keine Weiterbildung anbieten würden. Fast ein Drittel (31%) hatte bereits zuvor aus genau diesem Grund gekündigt.



Das Fazit ist, dass Schulungen eine der wichtigsten Möglichkeiten sind, die Arbeitgeber haben, um die Gesundheit und Sicherheit der Arbeitnehmer zu schützen und sie davon abzuhalten, den Arbeitsplatz zu wechseln.

Hier sind einige der Themen, zu denen alle Reinigungsmitarbeiter geschult werden sollten:

- Sichere Durchführung von Reinigungs- und Desinfektionsarbeiten einschließlich der Desinfektion der Reinigungsmaschinen selbst
- Wann und wie Filterbeutel gewechselt werden
- Wie man mit Abwasser umgeht und es korrekt entsorgt

Bereitstellung von ausreichend persönlicher Schutzausrüstung (PSA)

Es sollte selbstverständlich sein, dass in Zeiten mit COVID-19 Reinigungspersonal mit angemessener PSA ausgestattet werden muss. Eine Maske allein reicht nicht aus und Arbeitgeber sollten die Verantwortung selbst übernehmen, die Anforderungen zu kennen und alle behördlichen Richtlinien zu erfüllen oder zu übertreffen.

Ressourcen zu PSA-Empfehlungen und -Anforderungen:

- Weltgesundheitsorganisation: [Rationelle Verwendung persönlicher Schutzausrüstung \(PSA\) bei Coronavirus-Erkrankungen \(COVID-19\): Vorläufige Richtlinien](#)
- US-Zentren für Krankheitsbekämpfung und Prävention (US Centers for Disease Control and Prevention): [COVID-19 Kontrolle und Prävention](#)
- Europäisches Zentrum für die Prävention und die Kontrolle von Krankheiten: [Tutorial zur sicheren Verwendung persönlicher Schutzausrüstung](#)



06 Partnerschaft für den sicheren Erfolg in einer unsicheren Zeit

Wenn es ein übergeordnetes Thema gibt, das die neue Normalität der Reinigung zusammenfasst, dann das folgende: Reinigungskräfte müssen mehr leisten – häufiger reinigen, strengere Standards erfüllen, mehr Schulungen erhalten und mehr Dokumentation bereitstellen.



In der Vergangenheit hatten Unternehmen möglicherweise das Budget, mehr Geräte zu kaufen, um die wachsende Nachfrage zu befriedigen, aber die heutige finanzielle Realität ist, dass sie wahrscheinlich mit weniger – weniger Budget, weniger Zeit, weniger Personal – mehr leisten müssen.

Wir gehen davon aus, dass neue Lieferantenmodelle, insbesondere Miet- oder Leasingangebote für Ausrüstung, an Popularität gewinnen, damit Reinigungsunternehmen wirtschaftlich nachhaltige Ergebnisse erzielen können. Diese Programme können viele verschiedene Formen haben. Hier sind die Punkte, die in den kommenden Monaten und Jahren wahrscheinlich am wichtigsten sein werden:

- **Eine End-to-End-Lösung** – ein Miet- oder Leasingpaket, das die Einweisung, Inbetriebnahme sowie Service und Wartung umfasst
- **Flexible Bedingungen** – die Möglichkeit, Geräte für einen beliebigen Zeitraum zu mieten oder zu leasen
- **Schulung** – reibungsloser Support für Bediener und den administrativen Support

Erleben Sie einen höheren Reinigungsstandard

Nilfisk GmbH
Guido-Oberdorfer-Straße 2-10
89287 Bellenberg – Deutschland
+49 (0)7306-72-444

KONTAKTIEREN SIE UNS

