

Nachhaltigkeit in der deutschen Reinigungsbranche

Status-Quo, Entwicklungen und Ausblicke in den Professional-Bereich

2020



Ein gemeinsames Projekt von DTO und der:



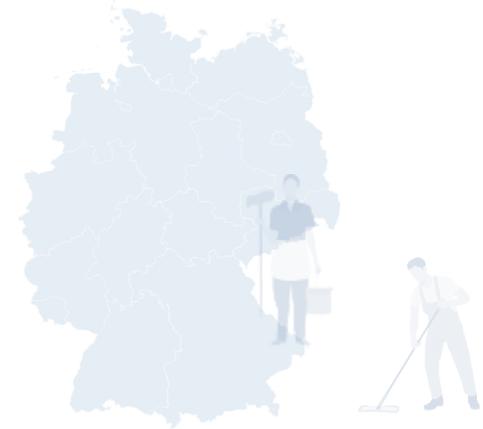
Nachhaltigkeit in der deutschen Reinigungsbranche



Projekthintergrund & Zielsetzungen

In vielen Branchen ist Nachhaltigkeit ein immer wichtiger werdendes Thema. Auch in der Reinigungsbranche gibt es viele Diskussionen und Initiativen, die Nachhaltigkeit in der Branche fördern möchten.

Doch wo steht die Branche aktuell? Was motiviert die Unternehmen nachhaltiger zu werden? Wie sieht Nachhaltigkeit in der Zukunft aus? Diesen und weiteren Fragen gehen wir mit der Studie „Nachhaltigkeit in der deutschen Reinigungsbranche - Status-Quo, Entwicklungen und Ausblicke in den Professional Bereich“ nach. Hierfür wurden zwischen April und August 2020 insgesamt 45 Entscheider (in Deutschland) aus Gebäudereinigung, Handel, Herstellung und Verbänden befragt. Die Befragung erfolgte leitfadengestützt per Telefon oder Videokonferenz.



Über DTO – B2B Research & Strategies



Für Unternehmen in der Reinigungsbranche ist es wichtig, ihre eigene Position in ihrem aktuellen Markt zu kennen und neue Absatzmärkte und -potenziale zu identifizieren.

Bei DTO sind wir darauf spezialisiert, Informationen zu generieren und aufzubereiten, die die Unternehmen benötigen, um Entscheidungen in Bezug auf Geschäftsstrategien zu treffen. In Zusammenarbeit mit Marktexperten (Wettbewerbern, potenziellen Kunden, Verbänden, Händlern usw.) erstellen wir detaillierte Marktübersichten und -analysen für Unternehmen, indem wir verschiedene qualitative Meinungen und Ansichten kombinieren.



**Michael Di Figlia –
Leiter DTO
Cleaning Markets**

Michael Di Figlia ist Mitbegründer und Geschäftsführer der DTO Consulting GmbH. Er ist Spezialist für komplexe strategische Entscheidungen und einer der führenden Beratungsexperten in der europäischen Reinigungsbranche.



Die öko-faire Raumpflege

„Die Reinigungsbranche in Deutschland hat gewachsene Strukturen und Prozesse. Oft werden Dinge gemacht, weil sie schon immer so gemacht wurden. Als Gründerinnen, die ursprünglich aus anderen Industrien kommen, haben wir Standards der Branche, die uns nicht recht waren, neu gedacht. Wir fragten uns: Wie sieht ein Produkt bzw. Kundenerlebnis aus, das uns glücklich machen würde? Dabei wollen wir einerseits zeigen, dass Sauberkeit konsequent ökologisch funktioniert und andererseits beweisen, dass es auch in einer intransparenten und von Lohndumping geprägten Branche möglich ist, sichere und attraktive Arbeitsplätze zu schaffen. Mit Klara Grün verschmelzen wir heute 'New Work' mit Handwerk, und das ist innovativ.

Für viele in der Branche mögen diese Ziele naiv oder übermotiviert klingen. Wir stellen täglich fest, dass es eine Menge Menschen gibt, die diesen Weg mit uns gehen möchten. Unser Konzept konsequenter Nachhaltigkeit kommt an. Klara Grün schafft Wertschätzung für die Arbeit der Reinigungskräfte. Manche unserer Privat- oder Geschäftskunden bezeichnen sich sogar als Klara Grün Fans.

Da Reinigung gerade im gewerblichen Bereich meist im Verborgenen stattfindet, sind viele Menschen gar nicht ausreichend über die Missstände in der Branche informiert. Doch gerade die Corona-Pandemie bietet die Chance für die Branche sich in Teilen neu zu erfinden. Dabei möchten wir durch unser Handeln mit gutem Beispiel vorangehen.“

Luise und Julia haben im Jahr 2019 mit Klara Grün das erste ökologisch soziale Reinigungsunternehmen in Berlin gegründet.

Das Unternehmen betreut mit seinen ca. 35 angestellten Mitarbeitenden über 100 Privat- und Geschäftskunden und vertreibt ökologische Reinigungsmittel, die teilweise selbst produziert werden. Zudem bietet das Unternehmen Kurse & Workshops für nachhaltige Raumpflege an.

Weitere Informationen finden Sie unter: www.klara-gruen.de





2020

Nachhaltigkeit in der deutschen Reinigungsbranche



1. Status Quo

2. Ziele, Motivation & Herausforderungen

3. Rahmenbedingungen

4. Markt & Absatz

5. Internationaler Vergleich

6. Fazit & Ausblick

- Vor der Corona-Pandemie war Nachhaltigkeit eines der dominierenden Themen in der deutschen Reinigungsbranche.
- Zwischenzeitlich geriet das Thema jedoch, aus aktuellem Anlass, schlagartig in den Hintergrund.
- Diskussionen um Produktwirksamkeit und – vor allem – die Produktverfügbarkeit und organisatorische Herausforderungen standen primär im Vordergrund. Mittlerweile hat sich die Situation etwas stabilisiert und die Unternehmen können wesentlich besser mit den aktuellen Entwicklungen und Anforderungen umgehen.
- Beschaffungsprobleme gibt es bei den meisten Produkten nicht mehr und die Anforderungen an Hygiene im Umgang mit dem Coronavirus sind mittlerweile auch weitestgehend bekannt bzw. Mitarbeiter entsprechend geschult.
- Viele Unternehmen beschäftigen sich deshalb wieder vermehrt mit Zukunftsthemen, Innovationen und neuen Geschäftsfeldern.
- Neben den immer schneller fortschreitenden Entwicklungen in Digitalisierung und Automation von Reinigungsprozessen, steht Nachhaltigkeit wieder weit oben auf der Agenda.
- Die meisten Experten sind sich einig, dass Nachhaltigkeit eines der bestimmenden Themen der Post-Corona-Ära sein wird. Jedoch ist „Nachhaltigkeit“ in der Branche nicht eindeutig definiert. Je nach Unternehmen gibt es große Unterschiede im Verständnis und Stellenwert von Nachhaltigkeitsinitiativen.
- In der folgenden Studie versuchen wir deshalb einen Einblick darüber zu geben, was die Branche unter Nachhaltigkeit versteht, wie die aktuellen Entwicklungen in diesem Bereich aussehen, welche Trends und Risiken gesehen werden bzw. wer die Nachhaltigkeitsentwicklungen maßgeblich beeinflusst.
- Dabei stehen vor allem die Rollen und Ansichten der Gebäudereinigung, der Handelsinstanzen, der Hersteller sowie der Verbände im Vordergrund.
- Betrachtet werden deren Ziele und Motive für nachhaltiges Handeln sowie Chancen bzw. Herausforderungen. Darüber hinaus gibt die Studie Einblicke hinsichtlich der Rahmenbedingungen, die für nachhaltiges Handeln notwendig sind und zeigt auf, wie Deutschland im internationalen Vergleich abschneidet.



Kontakt

DTO – eine Marke der DTO Consulting GmbH

Hauptsitz Düsseldorf

Benrather Schloßallee 33
40597 Düsseldorf

+49 211 / 179 660-0
info@dto-research.de
www.dto-research.de

Niederlassung Baltikum

Laeva 2
Tallinn 10111 | Estland

+372 5069 137
info@dto-research.com
www.dto-research.com

Niederlassung Singapur

German Centre for Industry and Trade
25 International Business Park Rd
Singapore 609916 | Singapore

+65 8423 9380
info@dto-research.com
www.dto-research.com