

Medieninformation

28. Juni 2012

Preisverhandlungen 2013 für Reinigungsdienstleistungen:

Was nichts kostet, ist nichts wert

Zürich.- Im Hinblick auf die Budgetplanung für 2013 sind viele Unternehmen und die öffentliche Hand derzeit mit Ausschreibungen und Preisverhandlungen für Reinigungsdienstleistungen beschäftigt. Die Reinigungsbranche der Deutschschweiz erinnert in diesem Zusammenhang an den erneuerten Gesamtarbeitsvertrag, der Auswirkungen auf die Preisgestaltung hat. Zudem fordert die Branche in ihren eigenen Reihen und bei ihren Kunden, auf Angebote mit unrealistischen Konditionen zu verzichten. Wenn beispielsweise beim Ausrechnen von offerierten Leistungen nur noch Sekunden für die Toiletten-Reinigung bleiben, wirkt sich dies gesundheitsgefährdend aus und führt zu unfairen Arbeitsbedingungen.

Der 2011 erneuerte Gesamtarbeitsvertrag der Reinigungsbranche der deutschen Schweiz schreibt für Reinigungsmitarbeitende in den Jahren 2012-2015 jährliche Mindestloohnerhöhungen von durchschnittlich 2.5 Lohnprozenten vor. Zudem erhalten ab dem Jahr 2012 alle dem GAV unterstellten Mitarbeitenden einen vollen 13. Monatslohn. Um diese Auflagen zu erfüllen und ihren Angestellten faire Löhne bezahlen zu können, werden die Reinigungsunternehmen die Preise für ihre Dienstleistungen entsprechend anpassen müssen.

Kunden profitieren von professioneller Reinigung

Auch die Kunden der Reinigungsbranche profitieren vom erneuerten GAV. Angemessen bezahltes Reinigungspersonal arbeitet motivierter und zuverlässiger. Zudem liefern gut ausgebildete Mitarbeitende hochwertige Arbeit. Sauberkeit und Hygiene tragen zur Werterhaltung von Gebäuden bei und fördern das Wohlbefinden der Menschen, die darin leben oder arbeiten. Die Reinigungsbranche investiert einen Drittel der GAV-Beiträge in die Aus- und Weiterbildung. So ist unter anderem im Mai 2012 das neue Ausbildungszentrum Reinigung Rickenbach (www.azr-rickenbach.ch) eröffnet worden.

Dumping-Angebote sind unmenschlich und unhygienisch

Die Reinigungsbranche fordert zudem sowohl ihre Kunden als auch ihre eigenen Dienstleister auf, nicht mit Dumping-Angeboten zu arbeiten. Jasmine Jost, Präsidentin des Branchenverbandes Allpura erklärt dazu: „Wenn sich die Reinigungsfirmen mit unrealistischen
www.fair-clean.ch: Eine Kampagne der Reinigungsbranche.

Leistungsvorgaben gegenseitig unterbieten, gibt es nur Verlierer: Die Kunden erhalten keine vernünftige Leistung mehr und dem Reinigungspersonal steht nicht die notwendige Zeit zur Verfügung, um ihre Arbeit zu erledigen. Nehmen Sie beispielsweise die Toiletten-Reinigung: Ich habe Offerten gesehen, die für die WC-Reinigung nur fünf Sekunden einplanen. Das ist keine hygienische Toilettenreinigung mehr, die auch Bakterienherde entfernt. Solche Angebote sind unseriös und schaden unserer Branche!“

((Infokasten 1:))

Wichtige Kriterien für Reinigungs-Aufträge

- Anzahl angegebener **Stunden und Quadratmeter-Leistungen** der verschiedenen Anbieter **vergleichen**. Je höher die Quadratmeterleistung, desto unwahrscheinlicher ist es, dass die Leistung wie angeboten erbracht wird.
- **Stundenangaben vergleichen:** Entscheidend für ein qualitativ gutes Angebot sind die offerierten Stunden und der Organisationsgrad der Dienstleistungen. Viele Reinigungsfirmen bieten beispielsweise statt der benötigten zwei Minuten nur noch eine Minute an, um einen Bereich zu reinigen, auch wenn dies unmöglich ist.
- **Leistungsbeschreibung stärker gewichten:** Zusätzlich zum Lohn der Reinigungsmitarbeitenden sollten Kriterien wie Organisation, Kontrollzeiten, Lehrlingsausbildungen, adäquater und umweltfreundlicher Mitteleinsatz, Gesamtstunden, Führung, Ansprechpartner und Qualitätsmanagement beurteilt werden.
- **Unterhalten statt sanieren:** Langfristig führt die Vernachlässigung des Gebäudeunterhalts zu Schäden und somit zu höheren Kosten. Diese Tatsache wird in der heutigen Zeit der kurzfristigen Gewinnoptimierung jedoch verdrängt.
- **Existenzsichernde Löhne verlangen:** In Ausschreibungen können höhere Löhne verlangt werden, als der GAV vorschreibt. Ebenfalls berücksichtigt werden sollte die Teuerung. Zudem sollten Auftraggeber Reinigungsfirmen berücksichtigen, die beispielsweise während eines gewissen Zeitraumes keine Verstösse gegen den GAV hatten, Nachtschichtzulagen verlangen oder Lehrlinge aus- und Mitarbeitende weiterbilden.

www.fair-clean.ch: Eine Kampagne der Reinigungsbranche.



((Infokasten 2:))

Bewusstseinskampagne „Saubere Sache – Fairer Preis“

Die Verhandlungspartner Allpura, VPOD, Syna und Unia haben unter dem gemeinsamen Absender der Paritätischen Kommission Reinigung eine auf fünf Jahre angelegte Bewusstseins-Kampagne mit dem Slogan „Saubere Sache – Fairer Preis“ lanciert. Mit dieser Kampagne will die Reinigungsbranche auf ihre schwierigen Arbeitsbedingungen, die Bedeutung der Branche und deren Ausbildungs- und Aufstiegschancen aufmerksam machen. Damit soll langfristig erreicht werden, dass die Branche eine höhere Wertschätzung und ein besseres Image gewinnt. Dreh- und Angelpunkt der Kampagne ist die Website www.fair-clean.ch. Auf dieser finden Besucher die wichtigsten Argumente, aktuelle Informationen rund um die Branche sowie wissenswerte Hintergrundinformationen.

*** Text endet ***

Bildmaterial über die Reinigungsbranche:

<http://fair-clean.ch/#/aktuell-medien/downloads>

<http://azr-rickenbach.ch/news/mediencorner/>

Kontakt für Interviews und Medienanfragen:

Sabine Bosshardt
Geschäftsführende Partnerin
Zenhäusern & Partner AG

Tel. +41 (0)44 386 40 02
E-Mail: bosshardt@zen-com.com

www.fair-clean.ch: Eine Kampagne der Reinigungsbranche.