

# Digitalisierung im Facility Management nicht mehr wegzudenken

**Round Table.** In einer hochkarätig besetzten Diskussionsrunde sprechen Dirk Christophel (COO [Simacek Facility Management](#)), Michael Freitag (Geschäftsführer Sodexo Service Solutions Austria), Ingo Hörnecke (Betriebsleiter Reiwag), Michael Lackner (Geschäftsführer Dr. Sasse Gruppe) und Werner Moldaschl (Geschäftsführer Wisag) über die digitale Transformation im Facility Management.

Das Gespräch führte: Patrick Baldia

## Wie weit fortgeschritten ist die Digitalisierung in der Facility Managementbranche?

**Michael Freitag:** Im kaufmännischen Bereich, wie etwa beim Reporting, wo es unter anderem darum geht, Kosteneinsparpotenziale offenzulegen, ist die Digitalisierung weit vorangeschritten. Da bringen digitale Tools einen wirklichen Wettbewerbsvorteil - auch gegenüber dem Kunden, dem man beispielsweise aufzeigen kann, wie er den Lebenszyklus eines Gebäudes optimieren kann. Bei den Facility Management-Dienstleistungen an sich steht der Mitarbeiter nach wie vor im Vordergrund. Auch wenn Themen wie Robotik im Kommen sind.

**Dirk Christophel:** Da muss man zwischen technischem und infrastrukturellem Facility Management unterscheiden. Im technischen Facility Management, wo etwa Gebäudeautomationslösungen betreut werden, ist die Digitalisierung viel weiter fortgeschritten. Auch weil dort digitale Tools leichter eingesetzt werden können. Im infrastrukturellen Bereich ist hingegen eine gewisse Ambivalenz auszumachen. Einerseits möchten Kunden Optionen aufgezeigt bekommen und wissen,



**„Der größte Verhinderer des Datenaustausches ist die Datenschutzverordnung.“**

Dirk Christophel,  
Simacek Facility Management

was wir mit den gesammelten Daten machen können. Andererseits ist unser Eindruck, dass sie sich nicht ganz durchringen können, mit uns gemeinsam das Potenzial digitaler Tools auszuschöpfen.

**Ingo Hörnecke:** Die Digitalisierung ist in unserer Branche nicht mehr wegzudenken. Dabei spielen drei Faktoren eine Rolle. Einer davon ist Optimierung. Vom Markt kann man sich am besten absetzen, indem man die Qualität verbessert. Dazu muss man seine Kosten unter Kontrolle haben und auch wissen, wo man ansetzen kann, um diese zu reduzieren. Das geht wiederum nur über das Sammeln von Daten und deren Analyse. Und je länger die Baseline der Daten, umso mehr sprechen die Daten Ihre Sprache. Der zweite Faktor ist Kommunikation. Da sollte man nicht zwischen interner und externer Kommunikation unterscheiden. Digitale Tools helfen hier, schneller und vor allem transparenter zu kommunizieren. Der dritte Faktor ist Transparenz. Ihm wird noch nicht so viel Beachtung geschenkt. Hier geht es um Themen wie unter anderem digitalisierte Zeiterfassung oder Wartungsprotokolle.



**„Die Mitarbeiter-Fluktuation ist aktuell auch im Reinigungsbereich enorm.“**

Ingo Hörnecke,  
Reiwag

**Dass die Pandemie den digitalen Transformationsprozess zusätzlich beschleunigt hat, ist aus vielen Branchen zu hören. Gilt das auch für das Facility Management?**

**Michael Lackner:** Ja, die Pandemie war in unserer Branche sicherlich ein Treiber, der die Digitalisierung um einige Jahre vorangebracht hat. Was den Status quo der Transformation betrifft, muss man zwischen den einzelnen Anbietern und den Kunden unterscheiden. Intern schreitet die Digitalisierung unserer Prozesse rasant voran. Wenn es aber um den digitalen Roll-out bei unseren Kunden geht, gibt es bestimmt noch Aufholbedarf. Es wird künftig noch vieles geben, was wir uns jetzt noch gar nicht vorstellen können.

**Werner Moldaschl:** Wir haben vor allem gemerkt, dass im Zuge der Pandemie die Akzeptanz für die Digitalisierung wesentlich gestiegen ist. Die mittlerweile weit verbreitete Kommunikation über Videokonferenzen ist hier nur ein Beispiel. Allerdings ist es nicht immer so einfach, die Mitarbeiter von den Vorteilen, die die Nutzung digitaler Tools für sie bringt, zu überzeugen und etwa Reini-

gungsmitarbeitern, die gewohnt sind, Zettel auszufüllen, Tablets in die Hand zu drücken. Das ist nicht nur eine altersspezifische Frage. Am Ende des Tages gilt es natürlich, sowohl Kunden als auch Mitarbeiter so weit zu bringen, sich für die Möglichkeiten und Vorteile digitaler Tools zu öffnen.

**Immer öfter kommen im infrastrukturellen Facility Management Roboter zum Einsatz. Werden sie früher oder später den Menschen ersetzen?**

**Christophel:** Ich glaube, dass Roboter in der Reinigung noch sehr lange nicht in der Lage sein werden, menschliche Arbeitskräfte zu ersetzen. Das Einsatzgebiet ist einfach zu klein, als dass man von großem Optimierungsbereichsweise Einsparpotenzial sprechen könnte, da wir nicht so viele große Flächen haben. Aber sehr wohl können Roboter zur Qualitätssteigerung und Effizienzverbesserung beitragen. Im Bürobereich sehe ich das im Übrigen genauso.

**Hörnecke:** Wir sehen die Robotik – und wir als Reiwag haben zu dem Thema aufgrund

unserer Beteiligung an Lionsbot, einem Hersteller von Reinigungsrobotern aus Singapur, eine besondere Beziehung – nicht als Möglichkeit, um Mitarbeiter zu ersetzen. Sie soll sie vielmehr dabei unterstützen, die Qualität zu verbessern. Die Roboter können von langwierigen und monotonen Aufgaben entbinden. Währenddessen können die Mitarbeiter andere, wertvolle Dinge erledigen, um die Qualität der Dienstleistung zu steigern. Dazu gehört etwa, die Ecken und Kanten zu reinigen, was Roboter nach dem aktuellen Stand der Konstruktion noch nicht können.

**Lackner:** Auch die Dr. Sasse Gruppe setzt bereits Roboter von Lionsbot und anderen Herstellern ein. Drei davon sind beispielsweise auf einem bekannten Flughafen in England im Einsatz. Und zwar tagtäglich. Früher wurden die Flächen händisch vielleicht zwei, drei Mal pro Woche gereinigt. Aber jetzt hat man die Roboter und setzt sie auch ein, was natürlich die Qualität verbessert. Die Kollegen in England gehen sogar noch einen Schritt weiter: Am betreffenden Flughafen ist in der Nacht nur ein Terminal aktiv. Die anderen werden



## „Bei den Facility Management Dienstleistungen, steht der Mitarbeiter nach wie vor im Vordergrund.“

Michael Freitag,  
SSS Austria

geschlossen und das Licht wird abgedreht. Die Roboter reinigen also im Dunkeln. Und zwar 4.000 bis 5.000 Quadratmeter. Ein Mensch könnte das nicht. Reinigungsroboter schaffen also bereits jetzt Mehrwert.

### Den Fachkräftemangel werden Roboter aber trotzdem so schnell nicht lösen können?

Moldaschl: Ich glaube, es wird mit der Digitalisierung bei uns so sein wie auch in anderen Branchen: Mitarbeiter mit keiner oder nur einer einfachen Ausbildung, die nicht dazulernen wollen, werden ersetzt werden. Wer sich dagegen fortbilden möchte, etwa im Bereich Gebäudetechnik und Digitalisierung, wird sehr wahrscheinlich einen sicheren Arbeitsplatz haben und beispielsweise an der Gebäudeleittechnik und Anlagen - auch von zu Hause aus - steuern.

Freitag: Man darf nicht vergessen, dass es alleine schon aufgrund der demographischen Entwicklung beziehungsweise der alternden Bevölkerung immer schwieriger werden wird, geeignete Arbeitskräfte zu finden. Da helfen digitale Lösungen, vor allem im Verwaltungsbereich. Aktuell, glaube ich, würde es grundsätzlich genug Fachkräfte geben, allerdings muss man sich als attraktiver Arbeitgeber präsentieren. Man muss gut bezahlen und insgesamt ein schönes Package

schnüren, das der Zielgruppe entspricht, weil künftige Generationen andere Anforderungen an uns als ihre Arbeitgeber haben werden als die, die heute für uns arbeiten.

### Also wird es höherer Löhne bedürfen?

Christophel: Wir befinden uns zweifellos in einer schwierigen Situation. Einerseits ist natürlich auch in unserer Branche der Schrei nach mehr Gehalt groß. Andererseits können wir nicht einfach die Löhne, und damit auch die Preise, anheben. Schließlich befinden wir uns in einem hart umkämpften Wettbewerbsmarkt. Wichtig wäre es, dass der Kunde Verständnis zeigt und einsieht, dass er, wenn er entsprechende Qualität haben möchte, dafür auch angemessen bezahlen muss.

Womit wir uns als Branche im Zusammenhang mit dem Fachkräftemangel ein Eigentor schießen, ist unsere Positionierung, unser Image. Leider ist es nach wie vor so, dass sich jede Firma, die einen VW Caddy mit drei Besen und etwas Werkzeug im Kofferraum besitzt, als Facility Management-Dienstleister oder sogar als Facility Management-Serviceprovider bezeichnet. Das erleichtert die Suche nach Mitarbeitern nicht gerade.

Lackner: Im War for Talent müssen wir in der Facility Management Branche aktiver sein und

uns attraktiver präsentieren. Es geht wie bei allem um Information und die richtige Kommunikation. Damit unsere Nachwuchstalente wissen, dass wir einen sicheren Arbeitsplatz bieten und sie sogar in der Reinigung digitale Apps steuern dürfen oder mit Robotern arbeiten können. Ein ganz wichtiges Thema sind für uns Lehrlinge. Wenn bei uns Mitarbeiter einen Lehrabschluss haben, dann haben sie den in der Regel nicht über den ersten Bildungsweg gemacht, sondern wir Arbeitgeber haben dafür gesorgt und sie dabei unterstützt. Gerade die Lehre lässt junge Menschen den ersten Schritt in eine Branche machen. Auch beim Thema Lehrlinge müssen wir uns am Arbeitsmarkt attraktiver präsentieren. Ich glaube, dass wir da über die Grenzen der eigenen Unternehmen hinaus zusammenarbeiten sollten, um Ideen zu entwickeln.

Christophel: Das sehe ich genauso. In Deutschland hat der Branchenverband GEFMA (für: „German Facility Management Association“) mit den Möglichmachern vor einigen Jahren eine Initiative gegründet, um die Branche bei potenziellen Mitarbeitern und Kunden bekannter zu machen. Die war sehr breit gefasst und wurde von vielen Dienstleistern unterstützt. In Österreich gibt es, was das Image der Branche betrifft, noch sehr viel zu tun, um vor allem von potenziellen Arbeitskräften positiver gesehen zu werden.



**„Im War for Talent müssen wir als Branche aktiver sein und uns besser präsentieren.“**

Michael Lackner,  
Dr. Sasse Gruppe



Ich würde hierzulande sehr gerne einen Weg mitgestalten, um dieses Image auf ein neues Level zu heben.

**Hörnecke:** Vom Fachkräftemangel ist nicht nur das Facility Management betroffen ist, sondern viele anderen Branchen auch. Egal, ob Empfangsdienste, Sicherheitsmitarbeiter oder Hotel- und Gastronomiemitarbeiter – die Leute wollen einfach viele Jobs nicht mehr machen. Gleichzeitig sagen aber auch viele Firmen: „Ich will mir den ganzen Aufwand der Ressourcenbeschaffung einfach nicht mehr antun.“ Denn die Fluktuation ist aktuell enorm. Das trifft unter anderem auch auf den Reinigungsbereich zu.

#### **Wie reagieren Sie darauf?**

**Hörnecke:** Wir sehen uns als Firma, die breiter aufgestellt ist als andere. So müssen wir auch in die Zukunft gehen. Wir sind nicht nur eine Reinigungsfirma. Wir sind ein Dienstleistungsbetrieb, der mit der Zeit und neuen Anforderungen wächst. Wir wollen uns, basierend auf unseren bestehenden

Fähigkeiten und Erfahrungen, aber auch durch Digitalisierung, Innovation und Lernen weiterentwickeln. Wir müssen uns vor Augen halten, dass wir uns gerade mitten in einem Veränderungsprozess befinden und die Chance haben, uns breiter aufzustellen.

**Lackner:** Man darf auch nicht vergessen, dass wir aufgrund der Digitalisierung um Mitarbeiter kämpfen, die in unserer Branche früher gar nicht tätig waren, wie IT-Spezialisten oder Projektleiter, die sich mit digitalen Prozessen auseinandersetzen. Auch Mitarbeiter für die Verwaltung, Buchhalter oder Finanzbuchhalter, die derzeit auch jeder zu suchen scheint, haben sich rar gemacht. In gewisser Weise verschärft die Digitalisierung also auch den Personalmangel.

**Lassen Sie uns wieder näher an das Thema Digitalisierung rücken. Sind ergebnisorientierte Verträge, bei denen der Fokus auf dem Ergebnis liegt und nicht auf dem Abarbeiten einzelner Leistungen, wirklich**

#### **die bessere Basis für die Implementierung digitaler Services?**

**Freitag:** Das wäre tatsächlich der Fall. Wir sehen das bei unseren internationalen Verträgen, die um Welten weiter sind als die auf nationaler Ebene. Da geht es beispielsweise darum, Inflation zu kompensieren, Kosten kontrollierbar und den Kunden am Ende des Tages wettbewerbsfähiger zu machen. Das Schlüssellargument, das man dem Kunden bieten kann, ist insgesamt Transparenz. Insgesamt gibt es in dem Zusammenhang am österreichischen Markt noch viel Luft nach oben.

**Christophel:** Ich bin überzeugt, dass sich der Markt stärker in Richtung Output-orientierter Dienstleistung entwickeln wird. Bei den Bestandskunden ist das aber noch nicht auszumachen. Viele denken sich möglicherweise, dass sie bislang ganz gut mit leistungsorientierten Verträgen gefahren sind, ein Vertrauensverhältnis zum Dienstleister aufgebaut haben, dass die Zusammenarbeit funktioniert und letztlich auch die Qualität passt. Bei neuen Kunden erkennt man aber gerade



bei internationalen Unternehmen, dass das Top-Down-Prinzip wesentlich präziser ist. Für die Anbieter bedeutet das, dass man sich am Wettbewerbsmarkt nur dann behaupten wird können, wenn man entsprechendes Datenmaterial zur Verfügung hat, das man entweder selbst generiert oder vom Kunden bekommen hat. Ansonsten wäre das ein Blindflug.

**Lackner:** Weil wir über War for Talent gesprochen haben: Damit sich der Kunde wohlfühlt (beziehungsweise die Mitarbeiter unseres Kunden) ist es wichtig, ein ergebnisorientiertes Vertragsverhältnis zu schaffen. Langfristig wird es sich auch in diese Richtung bewegen. Es wird aber noch dauern, man erkennt aber sehr wohl schon einen globalen Trend bei internationalen Kunden, die ergebnisorientierte Arbeitserfassung anzuwenden.

### Es geht hier also um Überzeugungsarbeit beim Kunden?

**Moldaschl:** Das Mindset der Kunden muss auf jeden Fall geändert werden. In vielen Fällen arbeiten wir mit unseren Kunden, die überwiegend im Hotelbereich tätig sind, seit vielen Jahren zusammen. Mit manchen seit fast zwei Jahrzehnten. Da hat sich mittlerweile ein partnerschaftliches Verhältnis entwickelt. In der Pandemie war es so, dass wir in Österreich gemeinsam ein Notprogramm entwickelt haben. Nachdem keiner wusste, wie lange der



„Als Cyberangriff-Betroffener, bin ich mir nicht sicher, ob eine gemeinsame Cloud eine gute Idee ist.“

Werner Moldaschl,  
Wisag

Lockdown dauern wird, haben viele Hotels den Betrieb runtergefahren, aber nur so weit, dass er schnell wieder hochgefahren werden kann. Die Anlagen konnten also nicht alle abgedreht werden. Eine Grundbetreuung war notwendig. Die Frage war nur: Was gehört dazu?

### Wie sind Sie vorgegangen?

**Moldaschl:** Auch, wenn es die Verträge hergegeben hätten, dass wir die volle Pauschale verrechnen, haben wir das nicht gemacht. Wir haben gesagt: Der Kunde verdient nichts, da kann er uns auch nicht alles zahlen. Wir haben jedenfalls einen sehr schönen Mittelweg gefunden. Und jetzt, wo diese Kunden wieder zwischen 85 und hundert Prozent ausgelastet sind, danken sie es uns. Das gegenseitige Vertrauen ist durch die Pandemie jedenfalls gestiegen, daher will der Großteil der Kunden auch weiterhin mit uns arbeiten.

### Muss man ESG und Digitalisierung gemeinsam denken?

**Freitag:** Die Digitalisierung erleichtert natürlich, den Kunden Daten zur Verfügung zu stellen. Wir arbeiten etwa schon seit Jahren mit Cloud-Lösungen, die wir mit Microsoft- und IBM-Programmen abdecken, ebenso wie mit Supply-Chain-Programmen, wo auch die ESG-Komponente drinnen ist. Da wird etwa abgefragt, woher ein eingesetztes Produkt kommt, wie ethisch die Lieferkette ausgerichtet ist und so weiter. Bei den Kunden sehen wir, dass einige beim Thema ESG weiter sind als andere, weil sie Erfahrung mit konzerninternen Audits haben. Sie ziehen mit und fragen uns schon heute nach einschlägigen Daten. Für den Großteil der Kunden gilt das freilich nicht.

**Hörnecke:** Wir sehen bei unseren Kunden aus dem US-amerikanischen Raum, dass sie im ESG-Bereich mit ganz anderen Auflagen in der Datenbereitstellung arbeiten. Also ist das auch für uns ein Muss. Dabei kommt es einem oft so vor, als ob monatlich etwas dazukommt, was in den Berichten angegeben werden muss: Risk Assessment, Method Statements, Energieparameter und vieles mehr. Trotzdem können wir nicht sagen: „Nein, das machen wir nicht, das wird in Österreich nicht verlangt.“ Dem Kunden ist das egal, er muss diese Informationen bei seinen Quality-Audits liefern.

**Lackner:** Die Frage, die wir uns bereits vor vielen Jahren gestellt haben, ist, wie man es als Facility Management-Unternehmen schafft, CO<sub>2</sub>-neutral zu werden. Bei der Reinigung werden Materialien verbraucht und Verpackungen verwendet, das ist keine Frage. Ein weiterer und viel größerer „Posten“ in der CO<sub>2</sub>-

Bilanz ist aber, wie der Mitarbeiter aus seinem privaten Umfeld zum Arbeitsplatz kommt. Das können wir nur bedingt beeinflussen, wie etwa mit Jahreskarten für die öffentlichen Verkehrsbetriebe oder E-Fahrzeugen als Dienstwagen.

**Moldaschl:** Ich kann da nur an meine Vorredner anschließen: Teile der aus ESG abzuleitenden Maßnahmen werden durch die Digitalisierung unterstützt, es macht daher Sinn, die Themen gemeinsam zu denken. Da die meisten großen Immobilieneigentümer internationale Konzerne sind, wird uns gar nichts anderes übrigbleiben, als bei dieser Entwicklung mitzuziehen und sie auch eigenständig weiter voranzutreiben. Sofern wir diese Kunden behalten wollen.

**Nicht nur in der Facility Management-Branche wird häufig beklagt, dass zwar Unmengen an Daten gesammelt, diese aber nicht richtig genutzt beziehungsweise geteilt werden ...**

**Freitag:** Das Sammeln von Daten ist natürlich aufgrund der Datenschutzgesetze ein sehr heikles Thema. In der Vergangenheit haben etwa die Auftraggeber oft vergessen, bei Ausschreibungen in die Verträge hineinzuschreiben, dass man die Daten in einem für andere CFM- oder ERP-Programme kompatiblen Format liefern muss. Davon waren wir betroffen, wie viele andere auch. Wir mussten von null beginnen und die Daten nochmals neu sammeln, was natürlich mit hohen Kosten verbunden war. Um das Problem zu lösen, müssten am Ende des Tages auch die Anbieter der diversen Soft- und Hardware-Lösungen mit ins Boot geholt werden.

**Christophel:** Wichtig wäre es, im Vertrag festzuhalten, wer die Datenhoheit hat und in welcher Form die Daten zur Verfügung stehen müssen. Das könnte vertraglich sicherlich schnell gelöst werden. Und einschlägige technische Lösungen gibt es ohnehin zuhauf. Der größte Verhinderer des



Datenaustausches ist die Datenschutzverordnung. Geht es beispielsweise in Richtung der Mitarbeiter und deren Verhalten bei der Arbeit, können wir Daten nur eingeschränkt auswerten und nutzen, ganz zu schweigen von der Weitergabe.

**Wäre eine eigene Cloud für das Facility Management wünschenswert?**

**Christophel:** Da wäre ich absolut dafür, weil das unsere Arbeit um einiges erleichtern würde. Die Frage ist nur: Wie wird diese Cloud aufgesetzt werden? Wir kennen ja alle die Problematik der Cybersicherheit. Eine Cloud müsste hundertprozentig sicher sein.

**Hörnecke:** Ich habe hier einen etwas anderen Zugang: Ich glaube man sollte zuerst einmal im Vertrag festhalten, welche Parameter relevant sind beziehungsweise was überhaupt gemessen werden soll – auch, um nicht Unmengen an nicht benötigten Daten sammeln zu müssen. Die Amerikaner arbeiten mit KPI, also Schlüsselindizes, anhand derer festgestellt werden kann, ob die vertraglich

geregelter Anforderungen des Kunden erledigt wurden. Gleichzeitig muss im Vertrag auch geregelt werden, wie der Kunde zu den Daten kommt. Und ich gebe Herrn Christophel Recht, dass da die Datenschutzgesetze noch sehr statisch aufgesetzt sind.

**Moldaschl:** Als Betroffener vom Thema Cyberangriffe bin ich mir nicht so sicher, ob eine gemeinsame Cloud wirklich so eine gute Idee ist. Hundertprozentige Sicherheit gibt es da ja nicht, was wir – wie unzählige andere Betroffene – erst lernen mussten. Das zweite Thema, das mich beschäftigt: Wenn man Daten anderen zur Verfügung stellt oder teilt, dann müssen sie auch klar definiert sein. Jeder, der darauf zugreift, muss wissen, was sie aussagen. Sonst haben sie keinen Wert. Als Gegner von Datenfriedhöfen bin ich auch dafür, dass nur jene Daten gesammelt werden, die auch wirklich benötigt werden. ■