

Alles in einer Hand

Von der Abfallentsorgung bis zum Winterdienst übernehmen Dienstleister nahezu jede Aufgabe.

Text: Dirk Schäfer



Foto: BK-Services

Filialisten wie Vero Moda überlassen das Facility Management externen Spezialisten.

Eine Störung der Klimaanlage, eine defekte Regalleuchte oder ein undichter Wasseranschluss – 20 Vero-Moda-Filialen haben mit solch Unbill nicht lange zu kämpfen. Seit nunmehr drei Jahren erhalten die Mode-Läden einmal im Monat Besuch von einem Mitarbeiter des Facility-Management-Dienstleisters BK Services (Preisträger beim handelsjournal-Wettbewerb Top Produkt Handel 2009 in der Kategorie Prozessoptimierung). Wartung und Instandhaltung lautet der Auftrag. „Es ist uns sehr wichtig, dass Defekte schnell behoben werden. Die Shops sollen immer in einwandfreiem Zustand sein“, erläutert Kristina Waetge, Koordinatorin bei Vero Moda, einem Tochterunternehmen des dänischen Textilspezialisten Bestseller Retail, zu dem auch die Textilkette Jack & Jones gehört.

Die gebräuchlichsten Formen des Facility Managements (FM) im Handel sind wohl das Reinigen von Schaufenstern sowie Sicherheitsdienstleistungen. Große Handelsunternehmen wie Metro oder Rewe haben FM in ihre Immo-

lienstrategien eingebettet. Hier übernehmen eigene Abteilungen das Facility Management für die Filialen und andere Immobilien. In kleineren und mittleren Handelshäusern werde FM traditionell oft „nebenher mit erledigt“, so die Erfahrung von Uwe Janetschke von BK Services. Hieraus ergäben sich häufig Probleme, wenn seitens

„FM nützt zeitlich und preislich.“

Kristina Waetge, Vero Moda

der Mitarbeiter weder die Zeit noch das erforderliche Know-how für solche Arbeiten und das dafür nötige Controlling vorhanden sei. In diese Lücke stößt BK Services. Verschiedene Dienstleistungen kommen aus einer Hand, und das soll rechenbare Vorteile bringen. „Man denke nur etwa an den Verwaltungsaufwand für das Anfordern und Abrechnen unterschiedlicher Handwerksleistungen“, betont Janetschke.

Kristina Waetge kann das bestätigen. Zuvor wurden in den 20 Vero-Moda-Filialen Reparaturen und technische Prüfungen durch verschiedene Fremdfirmen vorgenommen, die je nach Standort variierten. „Für uns war der ausschlaggebende Aspekt, nicht für jede noch so kleine Reparatur einen Fachbetrieb suchen zu müssen“, be-

richtet Waetge. Außerdem erwarte man, dass BK Services bereits im Vorfeld Qualität und Preis der beauftragten Subunternehmer prüfe. Waetge: „Wir denken, dass wir davon sowohl preislich als auch zeitlich profitieren, da wir nicht mehr selbst Angebote einholen müssen.“

BK Services ist nach eigenen Angaben größter Anbieter im Facility Management für die Handelsbranche. Kunden sind neben Bestseller Retail Markenartikler wie Marc O'Polo, Lacoste oder Villeroy & Boch. Dabei umfasst Facility Management weit mehr als das Warten und Instandhalten von Filialen. „In einen Satz gepresst, ist es eine Management-Strategie zur Optimierung der Arbeitsplatzgestaltung, zum Werterhalt und zur Kapitalrentabilität von Immobilien“, sagt Elke Kuhlmann, Geschäftsführerin der German Facility Management Association - Deutscher Verband für Facility Management e. V. (GEFMA). Etwa 600 Unternehmen haben sich in dem Verband organisiert, der sich für Qualitätsstandards und Richtlinien sowie für Qualifizierung in der Branche stark macht. Auf rund 50 Mrd. Euro schätzen Studien den FM-Markt insgesamt, wobei hier interne als auch externe Leistungen zusammengefasst sind. Auf den Handel entfällt ein Anteil von 7 Prozent des Marktes. Den größten Anteil hat die Industrie, danach folgen die öffentliche Hand sowie Banken und Versicherungen.

Die Leistungen der Anbieter reichen von der Abfallentsorgung bis zum Winterdienst. BK Services etwa schnürt nach einer Bestandsaufnahme bedarfsgerechte Komplettpakete – und das zu einem Festpreis für mehrere Jahre. Dabei richtet sich die Pauschale nach dem Umfang der vereinbarten Leistungen, nach dem Alter der Gebäude und nach der Betriebseinrichtung. Sind die Filialen im Durchschnitt älter, ist die Pauschale höher, bei neu eingerichteten Filialen fällt sie meist niedriger aus.

Die Mitarbeiter von BK Services sind in der Regel gelernte Handwerker mit „Allround-Fähigkeiten“. Kleinere Reparaturen an der Elektrik, im Sanitärbereich, an Decken und Wänden sowie am Mobiliar übernehmen sie selbst. Gibt es größere Schäden, kommen Partner aus den spezialisierten Gewerken zum Zuge. Insgesamt 1.700 Subunternehmer sind es bundesweit – vom Glaser bis zum Kammerjäger. Innerhalb von maximal vier Stunden ist im Fall der Fälle ein Handwerker vor Ort, verspricht BK Services. Eine Telefon-Hotline ist rund um die Uhr geschaltet. Daneben können Aufträge über ein Internet-Portal eingestellt werden. Hier hinterlegt BK Services auch alle Rechnungen und sonstige Details.

Als Spezialist für Handelsunternehmen versteht sich BK Services auch auf Dekoration, saison-

Facility Management: Vorteile durch Outsourcing

Bis zu 9 Prozent des Umsatzes entfallen im Einzelhandel auf die Pflege, Wartung und Instandhaltung von Gebäuden und Geschäftsausstattung. Damit bildet diese Position nach den Personalkosten den zweitgrößten Kostenblock. Das Objektmanagement gehört aber nicht zu den Kernkompetenzen eines Einzelhandelsunternehmens. Facility Management (FM) ist vielmehr eine Sekundäraufgabe des Handelsmanagements, eine Strategie zur Optimierung der Bewirtschaftung, der Verwaltung und der Organisation von Immobilien. Durch das Outsourcing an einen zentralen Dienstleister können sich klare Kostenvorteile für das Handelsunternehmen ergeben. Die FM-Branche unterscheidet hierfür drei Bereiche:

■ Integrierte FM-Leistungen können alle Aspekte umfassen von der Bauplanung einer Filiale über die technische, kaufmännische und infrastrukt-

turelle Bewirtschaftung bis hin zum Abriss eines Gebäudes.

■ Weiter gibt es modulare FM-Dienstleister, die technische, infrastrukturelle sowie kaufmännische Leistungen im Programm haben.

■ Dazu kommen Unternehmen, die sich auf Einzelgewerke wie etwa das Putzen von Fernstern spezialisiert haben.

Der Trend, so der Deutsche Verband für Facility Management (GEFMA), gehe jedoch zu integrierten FM-Leistungen.

Die Top-Player der Branche sind Baukonzerne wie Bilfinger & Berger, Strabag oder auch der Multidienstleister Dussmann. BK Services, nach eigenen Angaben größter Anbieter für FM-Leistungen im Retail-Sektor, ist eine Tochter der Baukreativ AG.

www.gefma.de

bedingte Ladenumbauten oder das Anbringen von PoS-Materialien. Nicht im Angebot sind Leistungen rund um die Computertechnik. Gleiches gilt für Schäden, die durch Dritte entstehen, etwa bei Vandalismus oder Einbruch. Sie sind nicht vertraglich gedeckt und werden separat abgerechnet.

Ein aktueller Trend beim Facility Management: Das so genannte „Green Building“. Bei dem Schlagwort, das für energieeffiziente Gebäude und Nachhaltigkeit im Immobilienbereich steht, muss GEFMA-Geschäftsführerin Elke Kuhlmann allerdings ein wenig schmunzeln. „Für uns ist das kein neues Thema, denn Facility Management ist per se auf Nachhaltigkeit ausgelegt.“ Innovative Gebäudetechnik, Abfallvermeidung und Werter-

haltung der Immobilien – diese und andere Themen geben Facility Managern seit je her Weg und Ziel vor. Wie das in der Praxis aussehen kann, zeigt etwa der Shopping-Center-Betreiber Sonae Sierra: Das Unternehmen hat auf Basis der internationalen Norm ISO 14001 ein Umwelt-Management-System (UMS) entwickelt. Mit dessen Hilfe wird die Öko-Effizienz aller Einkaufszentren bereits in der Bauphase verbessert und auch in der Betriebsphase beständig überprüft und optimiert. Über die gesamte Lebenszeit einer Immobilie sollen so die Auswirkungen auf die Umwelt minimiert werden.

Auch andere übergeordnete Unternehmensziele bestimmen das Facility Management – bei den Vero-Moda-Filialen etwa auch das Corporate Design.

„Der Look der Filialen ist sehr wichtig“, weiß Vero-Moda-Sprecherin Waetge. Alle Filialen haben ein einheitliches Ladenbau-Konzept, weiter gibt es einen Farbschlüssel, der alle im Shop verwendeten Farben definiert. „Es ist extrem wichtig, dass der externe Dienstleister um den Stellenwert des Corporate Designs seines Auftraggebers weiß und dies bei allen Arbeiten, die in den Shops zu tun sind, berücksichtigt“, sagt Waetge. Ein weiterer wichtiger Punkt der Zusammenarbeit: Für die 20 Vero-Moda-Filialen prüft der FM-Spezialist BK Services, ob bei einem Defekt einer Anlage oder des Inventars noch Gewährleistung des Lieferanten besteht. Dafür hat Vero-Moda dem Dienstleister die Investitionsdaten aller Shops zur Verfügung gestellt. Somit liegt auch dieser Service zentral in einer Hand. ■



Kaufmännisch denken, Beleuchtungskosten senken.

In Zeiten hoher Stromkosten sollten Sie auf energiesparende Beleuchtung umschalten. BÄRO, Spezialist für professionelles Retail Lighting bei Food und Nonfood, entwickelt ein auf Ihre Belange zugeschnittenes Lichtkonzept, das sich durch weniger Leuchten bei gleichzeitig verbesserter Lichtqualität auszeichnet. Vorteile für Sie: geringere Investitions-, Energie- und Wartungskosten, gesteigerte verkaufsfördernde Wirkung Ihrer Warenpräsentation.

BÄRO beteiligt sich an der Initiative „Efficiency – Made in Germany“.



BÄRO
PERFECT RETAIL LIGHTING

Wolfstall 54-56 · 42799 Leichlingen
Tel. 02174 799-777 · Fax 02174 799799
marketing@baero.com · www.baero.com

