

ÖSTERREICH

Herr Hacker, wie haben Sie die Corona-Krise im vergangenen Jahr erlebt und wie ist die Situation aktuell jetzt bei Ihnen?

Der plötzliche Lockdown im März 2020 war natürlich auch für uns ein Schock, weil keiner damit gerechnet hat. Es war zwei Wochen ein ziemliches Chaos, weil es zuerst viele Ängste gab und keiner wusste, wie es weitergeht. Innerhalb von kurzer Zeit hat sich die Situation aber wieder beruhigt, weil wir ja weiterarbeiten mussten. Schließlich ist Sauberkeit und Hygiene auch bei der Hausbetreuung wichtig.

Welche Maßnahmen haben Sie gesetzt, um weiterarbeiten zu können?

Wir haben natürlich sofort Masken besorgt und für Abstand gesorgt. Dazu haben wir auch unsere Organisation geändert. Unsere Mitarbeiter kommen nicht mehr einmal wöchentlich ins Lager zum Materialausfassen, sondern dieses wird von den Betreuern direkt ins Objekt geliefert. Auch im Büro haben wir nicht nur Plexiglaselemente aufgestellt, sondern auch die Mannschaft in zwei Teams geteilt, die sich nicht begegnen. So bleiben wir auch bei einem Krankheitsfall immer handlungsfähig, das ist ganz wichtig.

Wie waren die Reaktionen Ihrer Kunden?

Wir arbeiten mit unseren Kunden langfristig zusammen und haben dadurch ein sehr gutes Verhältnis. Es gab viel gegenseitiges Verständnis, wir haben alle Änderungen gemeinsam geplant und umgesetzt, sodass die Liegenschaftsnutzer praktisch nichts gemerkt haben. Partnerschaft zeigt sich eben besonders in schwierigen Zeiten.

Haben Sie durch die Krise Kunden und/oder Umsätze verloren?

Wir betreuen 2.000 Winterdienstobjekte und 1.600 Liegenschaften das ganze Jahr über und setzten damit sechs Millionen Euro um. Da wir mit der Unterhaltsreinigung nur fünf Prozent Umsatz machen, waren wir von der Krise finanziell kaum betroffen, wir haben unser Umsatzwachstumsziel von 20 Prozent trotz allem voll erreicht. Wir haben von fast allen großen Hausverwaltungen Objekte in Betreuung und halten unsere Kunden fast alle. Wir haben auch keinen Vertrieb, sondern leben nur von der Mundpropaganda, weil unsere Qualität einfach hoch ist. Ich schaue mir jedes neue Objekt selber an und kalkuliere ganz genau. Unser Problem ist eher, dass wir ständig neue Mitarbeiter brauchen.

HAUSBETREUUNG OHNE KRISE

FÜR GENERATIONEN

Gerade Betriebe, die noch im Aufbau sind, werden von der Corona-Krise oft stark betroffen. Das Unternehmen Stutzig & Hacker hat es innerhalb von neun Jahren seit Firmengründung auf über 120 Mitarbeiter gebracht. Wie es einem jungen Hausbetreuungs-Unternehmen in Wien geht, hat rationell reinigen Österreich am Firmensitz in Wien 21 gefragt.



Thomas Hacker hat in wenigen Jahren einen erfolgreichen Betrieb mit über 120 Mitarbeitern aufgebaut.

Wie kommen Sie zu diesen?

Auch hier leben wir von der Mundpropaganda und unseren Netzwerken. Weil viele potentielle Mitarbeiter wissen, dass wir unsere Leute nicht nur gut behandeln, sondern auch Prämien ausschütten, bekommen wir viele Bewerbungen. Bei uns stimmt einfach das Betriebsklima, dazu gehören auch Geschenkkörbe zu Weihnachten oder zu Ostern, weil wir ja derzeit nicht gemeinsam feiern können. So können

unsere fleißigen Mitarbeiter wenigstens mit ihren Familien feiern. Das wird von allen sehr geschätzt.

Sie haben ja in kurzer Zeit nicht nur den Mitarbeiterstand sehr gesteigert, sondern auch einige Filialen eröffnet. Wie geht es damit weiter, wohin wollen Sie noch expandieren?

Wir haben derzeit in Maria Lanzendorf und Graz eine Filiale, Hollabrunn steht kurz vor der Eröffnung. Wir suchen

derzeit ganz dringend in der Landeshauptstadt St. Pölten nach geeigneten Räumlichkeiten, weil wir dort eine ganz starke Kundenbasis haben, die wir weiter ausbauen wollen. Wir wollen uns auch in Kärnten etablieren, das ist aber eher mittelfristig ein Ziel.

Sie setzen bei Ihren Werbemaßnahmen nicht nur auf Sport-, sondern auch auf Kultursponsoring. Das ist doch in Ihrer Größe eher ungewöhnlich. Wie ist es dazu gekommen und was bringt so etwas?

Wir unterstützen junge Sportler im nordischen Bereich schon seit einigen Jahren und auch eine Nachwuchsmannschaft im Fußball. Das Kulturengagement kommt aus familiären Gründen, meine Frau ist in der Galerie Gugging tätig, und hat daher ein besonderes Naheverhältnis zu Kunst und Kultur. Wir haben ein eigenes Ankaufsbudget für Bilderkäufe, das jedes Jahr mit einer fünfstelligen Summe dotiert wird. Weiters haben wir im Zuge unserer Kooperation mit der Galerie Gugging einen Teil unseres Fuhrparks mit Motiven von Kunstwerken gestaltet, die sich auch in unserer Sammlung befinden. Ebenso werden die Etiketten unseres „Firmensektes“ oder der Schokoladetafeln, die wir verschenken, mit diesen künstlerischen Motiven gestaltet. Das bringt uns ein gutes Image, während wir beim Sport doch auch von der Fernsehpräsenz unseres Firmenlogos auf den Trikots der Nachwuchssportler profitieren. Die sind allerdings so erfolgreich, dass wir uns ein Sponsoring bald nicht mehr leisten werden können, weil sie in eine andere Preisklasse kommen, was uns aber sehr für sie freut.

Sie werden ja schon von der nächsten Generation unterstützt, Ihre Tochter und auch Ihr Neffe sind im Betrieb. Wie ist das gelaufen?

Meine Tochter Melanie ist nach ihrem Betriebswirtschaftsstudium bei uns bereits 2012 eingestiegen und hat dann zwei Jahre später ihren DFG-Meister gemacht. Mein Neffe Dominic hat Erfahrungen im Dienstleistungsbereich und ist seit fünf Jahren dabei. Die beiden ergänzen sich sehr gut und ich bin stolz, dass sie so viel weiterbringen. Die neue Generation hat eben sehr viele gute Ideen, die mit der Erfahrung von den Älteren gut verbunden werden können. Für mich ist ganz wichtig, dass man die Zukunft im Auge behält, schließlich gibt es auch bei unseren Kunden einen starken Generationswechsel. Die Jungen kommunizieren untereinander

doch anders als wir, das muss man ganz klarsehen und das ist auch normal. So gesehen sind wir auch für die Zukunft sehr gut aufgestellt.

Welche Projekte oder Verantwortungsbereiche haben die Jungen bei Ihnen bereits übernommen?

Melanie ist Gesellschafterin und Geschäftsführerin und somit in alle Führungsaufgaben eingebunden. Sie macht aber auch eigene Projekte, wie die Digitalisierung des Lagers und der Planung oder andere organisatorische Verbesserungen. Mein Neffe bringt sich in die Kundenbetreuung und die Mitarbeiterführung sehr gut ein, sodass mir immer mehr Zeit für den Aufbau von neuen Bereichen, wie zum Beispiel die Immobilienentwicklung, bleibt. Das ist für mich die Zukunft, wenn ich mich in den nächsten fünf Jahren schrittweise aus dem Tagesgeschäft zurückziehen kann.

Wie sehen Sie die Zukunft der Branche, wohin geht der Weg?

Ich sehe für die Hausbetreuung wie für alle Dienstleistungen sehr positive Zeiten. Reinigung und Hygiene gewinnen immer mehr an Bedeutung und das ist gut so. Wer kontinuierlich Dienstleistungen mit hoher Qualität liefern kann, der wird immer einen guten Markt finden. Das Geheimnis ist eben, wie man bei zwei-, drei- oder vierhundert Euro Umsatz pro Monat und Objekt noch einen Gewinn machen kann und der Kunde voll zufrieden ist. Das ist die Herausforderung und das wird auch so bleiben. Wir sind dafür gerüstet und planen für heuer wieder ein Umsatzwachstum von 15 Prozent ein, was wir sicher erreichen werden, so wie es derzeit aussieht.

Dann sagen wir Danke für das Gespräch und wünschen alles Gute für die Zukunft, auch der nächsten Generation. ■

Thomas Mayrhofer

thomas.mayrhofer@rationell-reinigen.at



OBEN: Der Firmenchef wird von Tochter Melanie und Neffe Dominic unterstützt.

UNTEN: Kultursponsoring wird auf den Firmenautos sichtbar gemacht.