

«Alles aus einer Hand, damit sich unsere Kunden auf ihr Kerngeschäft konzentrieren können.»

Wohl kaum eine Berufssparte hat sich in den vergangenen Jahren so stark gewandelt wie die Reinigungsbranche. Insbesondere gelernte Fachleute in der Unterhaltsreinigung sehen sich heute mit ganz anderen Herausforderungen konfrontiert als früher. Johannes Hofstetter, Niederlassungsleiter bei der Honegger AG in St. Gallen, äussert sich im Interview über neue Technologien und weshalb der Mensch nach wie vor im Mittelpunkt steht.

In diesem Jahr steht für die Honegger AG das 75. Jubiläum an. Seit der Gründung wurden viele Meilensteine erreicht. Worauf sind Sie besonders stolz?

Es gibt in der Reinigungsbranche viele Unternehmen, die ein oder zwei Jahre bleiben und anschliessend wieder vom Markt verschwinden. Die Honegger AG kann sich bereits seit 1948 behaupten. Dieser Erfolg ist einerseits das Verdienst unserer Vorgänger und andererseits darauf zurückzuführen, dass mit Verwaltungsratspräsident Stefan Honegger nach wie vor ein Vertreter der Gründerfamilie im Unternehmen tätig sowie sehr nahe beim Team ist. Er ist es denn auch, der viele unserer Innovationen vorantreibt.

Welche Innovation haben Sie aktuell in der Pipeline?

Zum Beispiel das Projekt WashTec AG: Unser Unternehmen ist das erste in der Branche, welches über eine eigene Zentralwäscherei verfügt. Unsere schweizweit 23 Niederlassungen hatten bisher jeweils eine eigene Industriemaschine; nun können sämtliche Verbrauchsmaterialien an einem Ort aufbereitet werden. In Niederbipp/BE, dem Standort der WashTec AG, gibt es eine Kläranlage, welche das verschmutzte Wasser wieder aufbereitet und in den Kreislauf einfügt. Das macht ökologisch Sinn und weil sich alles an einem Ort befindet, können Abläufe



besser strukturiert werden. Ich bin sehr stolz, bei der Honegger AG in einem sehr innovativen Unternehmen zu arbeiten. Und ich freue mich darüber, dass wir in St. Gallen auf ein sehr motiviertes Team zählen, das jeden Tag Vollgas gibt.

Heute beschäftigt die Honegger AG über 6500 Mitarbeitende an 23 Standorten.

Wie hat sich die Arbeit über all die Jahre verändert?

Die Wahrnehmung der Reinigung hat sich sicherlich verändert. In den 90er-Jahren war noch salopp von der «Putzfrau» oder dem «Putzmann» die Rede. Heute haben die Berufsleute einen anderen Stellenwert und eine höhere Wertschätzung, was wir natürlich sehr begrüssen. Auch die Arbeitstechniken und -abläufe haben sich entwickelt. Früher musste der Wischmopp in regelmässigen Abständen mühsam ausgewrungen werden. Heute ist das Reinigungsmittel bereits im trockenen Mopp integriert. Die Mitarbeitenden müssen nur noch das Wasser dosieren, was einen positiven Einfluss auf die Qualität, die Umwelt und die Effizienz hat. Die Maschinen sind zudem mittlerweile ökologischer und schneller geworden. Ausserdem hat die Digitalisierung einen sehr viel höheren Stellenwert: Wir haben verschiedene digitale Systeme im Einsatz, so zum Beispiel CAFM (Computer Aided Facility Management).

Die Vision der Honegger AG – und das wird kein Zufall sein – lautet seit 2021 denn auch: «Wir sind der digitale Schweizer Gebäudedienstleister». Wo zeigt sich diese führende Rolle besonders deutlich?

Dank der digitalen Instrumente können wir Gebäude optimal überwachen und erhalten. Aufschluss darüber, welche Räume bereits gereinigt wurden und welche Fenster oder Tische noch gemacht werden müssen. Zudem haben die Kundinnen und Kunden stets einen Einblick, wie die Arbeiten umgesetzt werden. Diese Nähe ist wichtig, um Bedürfnisse direkt abholen zu können, im Gespräch zu bleiben und Vertrauen zu schaffen. Zudem erhalten wir für unseren Arbeitsalltag wichtige Rückschlüsse: Wie rentabel arbeiten wir? Und was schaffen wir wann und wo? Ein weiterer Meilenstein unserer digitalen Transformation ist der Reinigungsroboter Marvin. Dieser ist besonders für grosse Flächen geeignet und kann sich auf Hindernisse wie beispielsweise Schwellen einstellen und die Höhe entsprechend anpassen. Früher war die Ansicht verbreitet, dass Roboter eine Gefahr für die Mitarbeitenden sind, heute weiss man es besser: Sie nehmen uns die Arbeit nicht weg, sondern entlasten uns und machen uns flexibler. Für uns bei der Honegger AG ist klar: Der Mensch steht

weiterhin im Mittelpunkt, denn unsere Mitarbeitenden sind unsere stärkste Kraft.

Vom Facility Management bis zur Reinraumreinigung: Welches ist Ihr wichtigstes Aufgabengebiet?

Im Bereich Facility Management wachsen wir stetig. In St. Gallen machen Unterhaltsreinigungen aktuell etwa 70 Prozent unseres Portfolios aus. Dieses Aufgabengebiet kann sich laufend zum FM-Mandat weiterentwickeln, indem etwa Umgebungsarbeiten wie Rasenpflege oder Liftservice dazukommen. Dies ist sowohl für die Kundinnen und Kunden als auch für uns als Dienstleister attraktiv, weil alle Services aus einer Hand kommen. Als einzelner Ansprechpartner können wir sämtliche anfallenden Arbeiten koordinieren und die Kunden können sich voll und ganz auf ihr Kerngeschäft konzentrieren.

Welche Kunden betreut die Honegger AG in der Ostschweiz?

Das ist sehr breit gefächert und reicht von Verwaltungsgebäuden über Banken bis hin zu Grossbäckereien und Hochschulen. Dabei ist für uns besonders spannend, dass sich die Voraussetzungen von Kunde zu Kunde unterscheiden. Deshalb ist die Anfangszeit bei einem neuen Mandat häufig sehr intensiv, bis sich alles eingespielt hat. Anschliessend profitieren beide Seiten von einer meist langjährigen Zusammenarbeit.

Fachkräftemangel, Corona, Lieferengpässe: Die Wirtschaft muss mit sich aktuell vielen Herausforderungen stellen. Welche beschäftigt Sie derzeit besonders stark?

Die Corona-Zeit war happig, weil wir sehr viele Fitness- und Gastrokunden betreuen. Die langen Schliessungszeiten hatten zur Folge, dass auch wir andere Voraussetzungen hatten. Unser wichtigstes Ziel war dabei stets, keine Mitarbeitenden entlassen zu müssen. Das ist uns gelungen und rückblickend können wir sagen, dass uns die Corona-Zeit zusammengescheitert und als Unternehmen gestärkt hat. Aktuell haben wir wie alle anderen Mitbewerber mit der Inflation und Preisanpassungen zu kämpfen. Zudem spüren wir die Lieferengpässe: Reinigungsmittel sind dadurch bis zu 80 Prozent teurer geworden. Auch die Löhne wurden um 3 Prozent angepasst, weshalb wir in der Folge unsere Dienstleistungspreise erhöhen mussten. Dabei haben wir versucht, mit unseren Kundinnen und Kunden zusammen partnerschaftliche Lösungen zu finden. Es war für uns schön zu sehen, wie gross das Verständnis seitens der Kundschaft für diesen Schritt war.

**Wie sieht es im Bereich der Fachkräfte aus?
Können Sie freie Stellen noch besetzen?**

Auch wir spüren den Fachkräfte- oder besser gesagt den Arbeitskräftemangel. Seit der Corona-Pandemie sind weniger potenzielle Mitarbeitende am Markt. Wenn wir ein neues Objekt bewirtschaften, fanden wir früher schneller Mitarbeitende, als dies heute der Fall ist. Der Rekrutierungsaufwand ist auf jeden Fall gestiegen, aber das ist es uns wert: Denn für uns als Unternehmen ist es entscheidend, ein attraktiver Arbeitgeber zu sein und zeitgemässe Anstellungskonditionen bieten zu können. So dass wir nicht nur geeignete neue Kandidatinnen und Kandidaten rekrutieren, sondern auch unsere bestehenden Mitarbeitenden halten können.

Welche wichtigen Ziele und Projekte nimmt die Honegger AG demnächst in Angriff?

Derzeit beschäftigt uns die Umstellung auf elektrisch betriebene Fahrzeuge. Bei uns in St.Gallen ist das erste Auto eingetroffen



Johannes Hofstetter

Als Niederlassungsleiter bei der Honegger AG ist es das Ziel von Johannes Hofstetter, mit seinem Team den grösstmöglichen Kundennutzen anzubieten. Es wird eine langlebige Kundenbeziehung angestrebt, die in der Region Ostschweiz gut verankert sein soll.

«Die Kunden sollen erkennen, dass unsere Dienstleistungen nicht nur Lippenbekenntnisse sind.» So lautet das Motto des 46-jährigen Betriebsökonomen, der seit dem Jahr 2019 die Niederlassung St.Gallen mit 350 Mitarbeitenden führt.



– weitere werden folgen. Insgesamt sind 90 Fahrzeuge in der Bestellschleife. In diesem Jahr soll der Anteil der Elektroautos gesamtschweizerisch 60 Prozent betragen. Zudem werden wir künftig über eine eigene Ladestation verfügen. Natürlich werden auch unser Wachstum und die Digitalisierung weiterhin grosse Themen sein. Es ist uns ein grosses Anliegen, unsere Dienstleistungen, Arbeitstechniken und -vorgänge laufend zu verbessern. Nur so können wir neue Mandate und Kunden gewinnen – und für unseren Service begeistern. Gerade in unserer Branche bedeutet Stillstand nämlich auch Rückschritt. Und da halten wir aktiv dagegen.

