

Auf ein Wort

MIT CHRISTINE BRUCHMANN

Geschäftsführende Gesellschafterin der „Fürst Gruppe“

In München hat die „Fürst Gruppe“ Anfang November für sein Ausbildungskonzept den erstmals verliehenen „Unternehmenspreis der Gebäudedienstleister“ gewonnen (Bericht Seite 22). Das Unternehmen mit Zentrale in Nürnberg beschäftigt mehr als 4.000 Menschen in der Gebäudereinigung, in Sicherheit, Zeitarbeit und Outsourcing. Christine Bruchmann (63) ist seit 2005 geschäftsführende Gesellschafterin des 1906 gegründeten Familienunternehmens. Nach Abitur, Ausbildung zur Industriekauffrau und erfolgreichem BWL-Studium war sie in unterschiedlichsten Führungspositionen unter anderem bei Gillette Deutschland und Randstad Deutschland für Management, Vertrieb und Key Account verantwortlich. Im Ehrenamt ist sie seit 2010 Vizepräsidentin der IHK Nürnberg/Mittelfranken. Sie wurde unter anderem mit der Bayerischen Wirtschaftsmedaille ausgezeichnet. Im Blickpunkt-Interview spricht Christine Bruchmann über ihr Fazit des „Zukunftsforums Gebäudedienste“, über die größten Herausforderungen für die Branche und über ihr Ziel, mehr junge Menschen für ihr Unternehmen zu gewinnen.

Liebe Frau Bruchmann, auch an dieser Stelle möchten wir Ihnen noch einmal herzlich zum „Unternehmenspreis der Gebäudedienstleister“ gratulieren! Die Jury hat Ihr Ausbildungskonzept als „Komplettpaket mit Liebe zum Detail“ gelobt. Erläutern Sie uns bitte den Kern und die Grundidee ihres neuen Ausbildungskonzepts?

► In den letzten Jahren wurde es für uns immer schwieriger, junge Menschen für den Beruf des Gebäudereinigers zu begeistern. Daher haben wir ein Rundum-Programm entwickelt: Es setzt bei einer moderneren Ansprache im Recruiting an, geht weiter über ein herzliches und wertschätzendes Onboarding, abwechslungsreiche Einsatzgebiete in den unterschiedlichsten Abteilungen, unser Azubi-Kompetenzzentrum zur Entwicklung persönlicher Kompetenzen bis hin zu individuellen Perspektiven nach Abschluss der Lehrzeit. Wir legen großen Wert auf die Qualität unserer Ausbildung und unterstützen unsere Auszubildenden auch außerhalb des betrieblichen Umfelds. Beispielsweise haben wir eine Sozialberatung und psychische Betreuung für unsere Auszubildenden am Berufsschulstandort.

Können Sie mit Blick auf Ihre Azubi- oder Bewerberzahlen schon ein erstes Fazit ziehen?

► Mit hohem Einsatz gelingt das Werben um den Nachwuchs. Es ist wichtig, schon am Anfang der Ausbildung eine Bindung zu schaffen. Diese entsteht am besten durch Teilhabe und Information. Wir sind mit der Anzahl der aktuellen Bewerbungen und der eingestellten Azubis sehr zufrieden.

Im Gebäudereiniger-Handwerk gibt es bei rund 700.000 Beschäftigten mittlerweile weniger als 2.000 Azubis insgesamt. Die Zahl hat sich seit der Jahrtausendwende mehr als halbiert. Meinen Sie, dieser Trend lässt sich überhaupt stoppen?

► Es braucht eine Ausbildungsoffensive, das ist sicherlich klar, wir legen beispielsweise unseren Fokus auf Kooperationen mit den regionalen Schulen, um frühzeitig mit den potenziellen Auszubildenden in Kontakt zu treten. Es gibt zahlreiche tolle Aktionen, welche von unserer Industrie- und Handelskammer initiiert werden, zuletzt haben wir beispielsweise am Kickertisch Bewerbungsgespräche mit Auszubildenden geführt: definitiv ein Eisbrecher, der die jungen

Menschen überzeugt hat!

Mit Blick durch die große gesamtgesellschaftliche Brille: Wie bekommt die Handwerksausbildung in Deutschland insgesamt wieder mehr Rückenwind?

► Ich empfehle eine konzertierte Aktion über einen längeren Zeitraum von Handwerkskammern, Verbänden und großen Handwerksbetrieben. Hauptthema: Das Handwerk ist mehr als attraktiv! Gute Bezahlung, hervorragende Karrierechancen und DAS Sprungbrett in die Selbstständigkeit.

Azubis und Fachkräfte sind das eine – eine akute Personalknappheit auf ganzer Breite das andere: Laut unserer Herbstumfrage geben fast 92 Prozent unserer Mitgliedsunternehmen an, sie würden aktuell Beschäftigte suchen und diesen sofort einen Arbeitsplatz anbieten. Wie finden Sie Beschäftigte und vor allem: wie binden Sie diese als Unternehmen?

► Im Recruiting arbeiten wir seit einiger Zeit datenbasiert. Eine Personalmarketingagentur berät uns bei Stellenkampagnen und liefert genaue Marktanalysen. Ein weiteres sehr erfolgreiches Instrument ist nach wie vor unsere Mitarbeiterempfehlung. Diese basiert auf unserer Wertekultur, denn nur wenn diese gelebt wird, ist es möglich, dass die Mitarbeitenden das eigene Unternehmen im Familien- und/oder Bekanntenkreis empfehlen. Um unsere Beschäftigten an uns zu binden, haben wir einen ganzen Blumenstrauß an Tools. Wir führen beispielsweise regelmäßig Mitarbeiterbefragungen durch und bearbeiten die Themen, welche unsere Mitarbeitenden beschäftigen in Workshops gemeinsam mit der Geschäftsführung. Wir nutzen ein internes soziales Netzwerk, um möglichst transparent aus den unterschiedlichen Abteilungen zu berichten und den Austausch untereinander zu fördern. Eine weitere wichtige Säule ist unser CSR-Team, welches im Bereich der sozialen Nachhaltigkeit durch innovative Konzepte in den letzten Jahren viel geleistet hat. Relativ neu ist unsere Fürst Academy: Damit geben wir allen Menschen, die bei uns arbeiten, die Möglichkeit der individuellen Weiterentwicklung, bei der Arbeit und durch Weiterbildung.

Wie viel versprechen Sie sich von einem modernen Einwanderungsgesetz?

► Wir erleben in der täglichen Praxis, dass unsere Gesetzgebung beim Thema Migration deutlich hinterherhinkt. Es braucht nicht nur unbürokratischere Zugänge zum Arbeitsmarkt, sondern mehr Kapazitäten im Bereich der Integration von Zugewanderten. Wir beschäftigen Menschen aus über 80 verschiedenen Nationen und erleben daher täglich die Herausforderungen unserer Mitarbeitenden hautnah mit – das fängt bei fehlenden Sprachkenntnissen an, geht über langwierige Duldungsverfahren bezüglich des Aufenthalts und der Arbeitserlaubnis bis hin zu unzumutbaren Verzögerungen in der Familienzusammenführung. Ohne eine moderne Migrationspolitik können wir unseren Wohlstand in Deutschland in den kommenden Jahren nicht sichern, als Unternehmen erhoffen wir uns eine spürbare Erleichterung des Einstellungsprozesses und natürlich auch hinsichtlich des Fachkräftemangels.

Lassen Sie uns auf das „Zukunftsforum Gebäudedienste“ blicken. Welche Message oder welche Idee haben Sie für sich ganz persönlich mitgenommen?

► Jedes professionell geführte Gebäudereinigungsunternehmen hat die Themen des Zukunftsforums schon länger auf der Agenda. Deshalb war es für uns die Bestätigung, dass wir uns mit den richtigen Themen beschäftigen. Was ich super fand, war der Appell von Jens Blankenburg, dass unsere Branche seine Mitarbeitenden in der Operative mehr in den Fokus rücken sollte. Zufriedene und wertgeschätzte Menschen leisten mehr und identifizieren sich mehr mit ihrem Job – zur Zufriedenheit der Kunden.

Neben der Herausforderung, Personal zu finden, waren die beiden Meta-Themen in München Digitalisierung und Nachhaltigkeit. Wo hat das Gebäudereiniger-Handwerk noch mehr Luft nach oben?

► Definitiv in allen Bereichen. Durch die Heterogenität der ca. 28.000 Gebäudedienstleister in Deutschland gibt es riesige Unterschiede im jeweiligen Erfüllungsgrad. Es wird keinem erspart bleiben, sich intensiv in den Bereichen Mensch, Image und Nachhaltigkeit fit zu machen, ansonsten ist das Scheitern vorprogrammiert.

Stichwort Digitalisierung, Automation oder auch Robotik: Welche Trends und Entwicklungen werden sich in Ihren Augen am schnellsten und breitesten durchsetzen? Und wo sehen Sie die spannendsten technischen Tools und Konzepte für Ihr Unternehmen?

► Ich vermute, dass Robotik und die Nutzung von Sensorik für dynamische Leistungsverzeichnisse langfristig nicht mehr wegzudenken sind und der Einsatz dieser Technologien stark ansteigen wird. Wir befassen uns derzeit mit mehreren Tools zur Digitalisierung unserer Prozesse. Highlights sind z. B. Einführung einer elektronischen Zeiterfassung und Materialbestellung, ebenfalls per App. Diese beiden Lösungen sind besonders spannend, da unsere Abschnittsleitung dadurch massiv in ihrem Tagesgeschäft entlastet wird und sich so auf ihr Kerngeschäft, nämlich die Führung der Mitarbeitenden und die Kundenbetreuung, fokussieren kann.



Christine Bruchmann im Interview

Der Klimawandel mit all seinen Auswirkungen auch bei uns im Land und in Europa schreitet voran – hier ist sich die seriöse Wissenschaft einig. Ob Photovoltaik, E-Mobilität, Plastikvermeidung – tut die Branche insgesamt und tun Sie als individuelles Unternehmen genug im Sinne von Nachhaltigkeit, Umweltschutz und CO₂-Bilanz?

► Wir haben die Relevanz des Themas nicht nur erkannt, sondern auch Schritte eingeleitet. Wir reduzieren Emissionen, schonen Ressourcen in der gesamten Wertschöpfungskette und sensibilisieren auch unsere Mitarbeitenden für diese Themen. Weiteres Verbesserungspotenzial – sowohl in der Branche als auch bei uns – sehen wir dennoch. Wir nehmen aber die Herausforderung an und bleiben dran, auch was die Zusammenarbeit angeht: Ökologische Nachhaltigkeit funktioniert nur Hand in Hand mit den Kunden.

Der bayerische Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger hat im Rahmen der Siegerehrung für den „Unternehmenspreis der Gebäudedienstleister“ dekliniert, wie wirtschaftsfreundliche Politik in seinen Augen aussieht: weniger Bürokratie, weniger Abgabenlast. Was sind auf den Punkt gebracht Ihre politischen Kernforderungen?

► Ich wünsche mir eine Strategielandkarte Deutschland mit einer Vision, langfristiger Strategie und kurzfristigen Maßnahmenpaketen. Die aktuelle Politik fährt nur auf Sicht, sieht das große Ganze nicht und hört zu wenig auf Fachleute und Unternehmen. Mit einer Vision, die alle relevanten Themen einbezieht, hätte man Leitplanken, an denen man sich orientieren kann. So machen es zumindest Unternehmen, die seit mehr als 100 Jahren nachhaltig bestehen und schlimme Krisen gemeistert haben.

Letzte Frage, liebe Frau Bruchmann: In einigen Tagen geht das Jahr zuende. Was war für Sie persönlich das Schlechteste im Jahr 2022, was das Beste? Und was ist Ihr Wunsch für 2023?

► Das Schlechteste war für mich der Einmarsch der Russen in die Ukraine. Das Beste, dass meine Firma trotz Krieg, Pandemie, Inflation, Lieferkettenprobleme und vor allem Arbeitskräftemangel erfolgreich durch das Jahr 2022 gekommen ist.

Mein Wunsch wäre, dass die Medien sich nicht immer im Schwarzmalen überbieten und die Menschen generell positiver denken und selbstverantwortlicher handeln.