

Die Sache mit der Reife

Gebäudebewirtschaftung hat es immer schon gegeben. Echtes Facility Management in Form der professionellen Gestaltung und Abwicklung von Sekundärprozessen ist aber vor allem im deutschsprachigen Raum noch eine junge Disziplin. **Eine aktuelle Studie** versucht aufzuzeigen, wie reif FM-Organisationen sind und wo noch Handlungsbedarf besteht.



FM-Organisationen haben noch jede Menge Optimierungspotenzial, vom Personal bis zum Mehrwert, der für ein Unternehmen erzielt wird.

Auch heute noch ist FM mit strategischer Managementfunktion bei den meisten Unternehmen die Ausnahme. Eine Ermittlung des tatsächlichen Reifegrads von FM-Organisationen versucht die Studie »NCX – Performance Index Non-Core«. Darin zeigt sich, dass es selbst bei Top-Performern noch jede Menge Optimierungsmöglichkeiten gibt (siehe Kasten). Den größten Bedarf gibt es laut Studie im Bereich des Personals. »Es bestehen Schwierigkeiten bei der Ausformulierung der genauen Anforderungen für die diversen Kompetenzen Management, Objektmanagement, Dienstleistungssteuerung, Ressourcenmanagement, Facility Services und bei der richtigen Besetzung dieser Bereiche«, erklärt Andreas Leuchtenmüller, Geschäftsführer von M.O.O.CON und Mitinitiator der Stu-

die. Man tut sich auch schwer, Mitarbeiter vor dem Hintergrund sich ändernder Anforderungsprofile adäquat und gezielt weiterzubilden und entsprechende Handlungskompetenzen auszubauen. Dies hat auch mit dem Bildungsangebot in Hochschulen zu tun, die den aktuellen und dynamischen Entwicklungen im FM-Bereich Rechnung tragen müssten.

In Produkten denken und verkaufen

Optimierungsbedarf besteht laut Studie auch im Bereich der Produkte. Die meisten Unternehmen stellen dem Kerngeschäft einzelne Services und Leistungen zur Verfügung, ohne diese jedoch bedarfsgerecht zu bündeln und sie als gesamtes Produkt zu verkaufen. »Als verantwortungsvolle FM-Organisation muss ich mir primär überlegen, was beispielsweise ein vollservicierter Arbeitsplatz im Kerngeschäft braucht, und

nicht so sehr, was ich tun muss, wenn dort etwas kaputtgeht«, erläutert Leuchtenmüller. Darüber hinaus können nur einzelne der analysierten Organisationen ihren Beitrag zur Wertschöpfung am Kerngeschäft errechnen und ausweisen. Entweder führen sie kein Ergebnis an und können rein wirtschaftliche Wertschöpfung nicht belegen oder sie weisen ein Ergebnis aus, in das aber nicht sämtliche Parameter der Wertschöpfung miteinfließen.

Anreizstrukturen und Arbeitswelten der Zukunft

Schließlich schaffen es FM-Organisationen kaum, Anreizstrukturen zu bieten, um den Nutzer in seinem verantwortungsvollen Umgang mit Flächen, Infrastruktur und Services zu motivieren. Hier geht es nicht darum, wie die Leistungen und Services aus Sicht des FM optimiert



FACILITY MANAGEMENT
KONTAKT: office@fm4u.at
+43/664/88454181
www.fm4u.at

FM-ORGANISATIONEN

Den Hebel ansetzen

Laut der Studie »NCX – Performance Index Non-Core« haben FM-Organisationen in den folgenden Bereichen Handlungsbedarf:

- **Personal:** Die meisten Unternehmen haben Probleme damit, entsprechende Kompetenzen zu definieren und Stellen mit dem richtigen Personal zu besetzen.
- **Produkte:** Die meisten FM-Organisationen agieren als Zulieferer für das Kerngeschäft. Ihre Leistungen sind dabei aber nicht bedarfsgerecht für das Kerngeschäft zu Produkten gebündelt.
- **Mehrwert:** Nur wenige FM-Organisationen können ihre Wertschöpfung am Kerngeschäft eines Unternehmens nachweisen.
- **Umfeld:** Obwohl es eine Hauptaufgabe von FM-Organisationen ist, die richtige Umgebung für das Kerngeschäft von Unternehmen bereitzustellen, haben nur wenige der untersuchten FM-Organisationen umfangreiches Wissen über Arbeitswelten der Zukunft.

werden können, sondern welche Anreize das FM dem Kerngeschäft bieten kann, damit dieses selbst aktiv und verantwortungsvoll mit den Ressourcen umgeht. »Wenn ein Unternehmen zu viel für den Service von Flächen ausgibt, darf nicht die erste Überlegung des FM sein, wie billigere Services eingekauft werden können, sondern wie viel Fläche das Kerngeschäft tatsächlich braucht, um erfolgreich arbeiten zu können«, so Leuchtenmüller. □

Weitere Infos unter www.strategisches-fm.com

➤ ATGA-KONGRESS

Top-Thema Lebenszyklusorientierung

Der heurige ATGA Facility Kongress hat gezeigt, dass die Themen Nachhaltigkeit, Energie und vor allem Lebenszykluskosten ganz oben auf der Agenda der FM-Branche stehen. Es ist auch kein Zufall, dass sowohl die FMA, die Facility Management Austria, als auch die IFMA Austria, die International Facility Management Association, als Kooperationspartner der IG Lebenszyklus Hochbau aktiv sind. »Mit unserem Engagement bei

der IG Lebenszyklus Hochbau setzen wir den Netzwerkgedanken fort, der für eine ganzheitliche Betrachtung von Gebäuden immer wichtiger wird. Nur wenn wir über den eigenen Tellerrand hinausblicken, gelingt es uns, langfristig Kosten zu senken und Prozesse zu optimieren«, so die Vorsitzenden der FMA und IFMA Austria, Peter Kovacs und Reinhard Poglitsch. In der Arbeitsgruppe Betrieb der IG Lebenszyklus Hochbau wird derzeit an Qualitätskatalogen im Hinblick auf eine Lebenszyklusorientierung gearbeitet. Vorgestellt werden sollen die Zwischenergebnisse aller Arbeitsgruppen beim Kongress der IG Lebenszyklus Hochbau am 13. November in Wien.

»Wachstumsbranche Betriebsverpflegung«

Peter Edelmayer, Geschäftsführer Dussmann Service, über Kostendruck, Herausforderungen und Potenziale für FM-Anbieter.

Report: Wie geht es der FM-Branche in Österreich?

Peter Edelmayer: Nicht so schlecht. Natürlich ist das Thema Kostendruck immer noch am Tisch. Die Margen werden auch noch weiter sinken.

Report: Was sind aktuell die größten Herausforderungen?

Edelmayer: Wir müssen endlich wegkommen vom reinen Billigstbieterprinzip. Den Kunden muss bewusst sein, dass gewisse Arbeiten und Leistungen zu den geforderten Preisen legal nicht darstellbar sind. Persönlich finde ich es sehr schade, dass sich die öffentliche Hand stark am Billigstbieterprinzip orientiert. Private haben da schon eher aus der Vergangenheit gelernt und bemerkt, dass bei diesen Ausschreibungen die Qualität oftmals auf der Strecke bleibt. Wir arbeiten auch gerne mit einem Open Book und zeigen den Kunden, was unter dem Strich übrig bleibt.

Report: Wo sehen Sie das größte Potenzial für FM-Anbieter?

Edelmayer: Zu den am stärksten wachsenden Bereichen zählt die Verpflegung. Da kann man auch ganz andere Margen erzielen, weil es nicht nur um den Preis geht. Da können FM-Anbieter auch

mit Ideen und Innovationen punkten. Das geht so weit, dass wir auch Planung und Finanzierung der Küche bei entsprechender Refinanzierung übernehmen. Es geht aber auch um Präsentationen und individuelle Konzepte für Unternehmen. Das Essen hat für Unternehmen einen hohen Stellenwert, weil es wichtig für die Mitarbeiterbindung ist.

Auch im Gesundheitsbereich sehe ich große Chancen, obwohl es da noch strukturelle Probleme gibt. Wenn wir in einem Krankenhaus oder Pflegeheim die Technik oder die Verpflegung übernehmen, müssen wir derzeit auch das Personal mit den bestehenden Verträgen übernehmen. Das bedeutet sehr hohe Personalkosten und ist für FM-Unternehmen derzeit nur schwer darstellbar. In Zukunft wird sich hier aber sicher ein interessantes Betätigungsfeld öffnen. □



In der Verpflegung und dem Gesundheitsbereich sieht Dussmann-Geschäftsführer Peter Edelmayer die größten Zukunftschancen.