reinigung aktuell

ÖSTERREICHS MAGAZIN FÜR
REINIGUNG & FACILITY DIENSTLEISTUNGEN

CLEAN PRO EXPO

MASCHINEN

MATTEN

Oktober 2026 | € 2,50 | **www.reinigung-aktuell.at**



REINIGUNGS TAG
DER KONGRESS DER REINIGUNGSBRANCHE
JETZT BUCHEN!
20.10.2026
WWW.REINIGUNGSTAG.AT

PREIS LEISTUNG

DER SPAGAT

Preis und Leistung bei öffentlicher Vergabe

P.b.b. 03Z035294 M, Semikin Verlag, Teinfaltstrasse 8, 1010 Wien



„Selbstverantwortung statt Systemschuld“

Vergabe: Wenn Anbieter das System füttern, das sie beklagen

Die Gebäudereinigung diskutiert seit Jahren über Preisdruck, steigende Anforderungen, fehlende Vergleichbarkeit und immer umfangreichere Kontrollsysteme. Christian Höger, unabhängiger Sachverständiger für Gebäudereinigung, sieht dahinter ein grundsätzliches Problem: „Vielleicht sucht die Branche zu oft bei den anderen nach den Ursachen.“ Reinigung aktuell sprach mit ihm über Selbstverantwortung, Beratung und die Frage, was eine Reinigungsleistung tatsächlich wert ist.



Christian Höger, unabhängiger Sachverständiger für Gebäudereinigung

Reinigung aktuell: **Herr Höger, von Ihnen stammt die Aussage, dass in kaum einer Branche die Lücke zwischen Preis und Leistung so weit auseinanderklaffe wie in der Reinigungsbranche, dass dies System habe und dass dieses System von beiden Seiten, Auftraggebern und Dienstleistern, „am Leben erhalten“ werde. Wie meinen Sie das?**

Christian Höger: Das betrifft ausdrücklich nicht die gesamte Branche. Es gibt sehr professionelle Auftraggeber

und Dienstleister und viele Beispiele dafür, wie es gut funktionieren kann. Aber in einem Teil des Marktes hat sich ein Mechanismus etabliert, über den wir reden müssen. Reinigungsunternehmen beklagen zu niedrige Preise – und bieten genau diese Preise an. Auftraggeber beklagen mangelnde Leistung – haben aber vorher nicht immer ausreichend geklärt, welche Leistung sie tatsächlich einkaufen wollen. Vielleicht hat unsere Branche deshalb gar nicht in erster Linie ein Preisproblem. Vielleicht hat sie ein Klarheits- und Verantwortungsproblem – und der Preis ist nur das sichtbarste Symptom davon. Wir reden über Sauberkeit, meinen aber oft den Preis. Wir reden über Qualität, meinen Kontrolle. Wir reden über Verantwortung, meinen Absicherung. Und solange jeder mit dieser Unklarheit irgendwie leben kann, bleibt das System erstaunlich stabil. Wer ein anderes System will, muss zuerst aufhören, das bestehende mit seinem eigenen Verhalten zu füttern.

Reinigungsunternehmen beklagen zu niedrige Preise – und bieten genau diese Preise an.



Reinigung aktuell: **Was könnte oder sollte auf Auftraggeberseite passieren, um dieses System zu durchbrechen, was auf Dienstleisterseite? Oder geht das nur gemeinsam?**
Christian Höger: Es geht nur gemeinsam, aber die Verantwortung ist unterschiedlich. Der Auftraggeber verantwortet die Klarheit dessen, was er einkauft. Der Dienstleister verantwortet die Kalkulation dessen, was er anbietet. Das Problem beginnt schon lange vor der Vergabe. Ein Auftraggeber hat eine bestimmte Erwartung, und diese Erwartung muss zuerst verstanden und hinterfragt werden. Erst dann kann daraus eine Leistung entstehen, die für einen Gebäudereiniger verständlich, kalkulierbar und später auch vergleichbar ist. Auf Anbieterseite beginnt die Verantwortung bei der Kalkulation. Und ich weiß, was viele Dienstleister an dieser Stelle sagen werden: „Wenn ich bei diesen Preisen nicht mitgehe, bekomme ich keine Aufträge mehr." Das ist ein reales wirtschaftliches Dilemma, und ich möchte es nicht kleinreden. Aber genau darin zeigt sich, wie stabil dieses System geworden ist. Wenn Unternehmen Preise anbieten, die sie selbst für die geforderte Leistung nicht mehr für tragfähig halten, bleibt genau jenes Preisniveau bestehen, über das anschließend geklagt wird.

Reinigung aktuell: **Mehr Selbstverantwortung?**
Christian Höger: Ja. Selbstverantwortung bedeutet dabei nicht wirtschaftliche Selbstaufgabe. Kein einzelnes Unternehmen kann den Markt alleine verändern. Aber jedes Unternehmen entscheidet selbst, welche Leistung es zu welchen Bedingungen verspricht. Der Markt zwingt uns zu vielem. Er schreibt nur kein einziges Angebot für uns. Nicht jeder Auftraggeber sucht dasselbe und nicht jeder Auftrag muss zu jedem Anbieter passen. Wer nur den niedrigsten Preis sucht, wird fast immer fündig. Die entscheidende Frage ist, ob er damit noch dieselbe Leistung einkauft. Deshalb müssen Leistung und Qualitätsmerkmale so klar und unterscheidbar sein, dass am Ende nicht nur der Preis den Unterschied macht. Und genau dort liegt für mich auch die Chance: Es gibt Auftraggeber, die nicht nur einen niedrigen Preis suchen, sondern wissen wollen, welche Leistung sie dafür tatsächlich bekommen und ob diese Leistung wirtschaftlich, nachvollziehbar und dauerhaft erbracht werden kann.

Einfache Effizienz

Neu: SW3000 – Mittelgroße Aufsitz-Kehrmaschine für alle Umgebungen!

Werkzeuglose, farblich gekennzeichnete Elemente für einfache Wartung mit geringen Stehzeiten

Verfügbar mit Blei-Säure oder Li-Ionen Akku (Zwischenladen möglich)

Individuell einstellbarer Sitz für bequeme Bedienung

Einfache Entleerung mit 2 x 50 L Behältern

*Prozentsatz des PCR-Materials (Post Consumer Rezyklat) im Verhältnis zum Gesamtgewicht des Kunststoffs pro Maschine

www.nilfisk.at



Reinigung aktuell: **Von Ihnen stammt auch der Begriff „Beraterblase“. Was meinen Sie damit?**
Christian Höger: Der Begriff „Beraterblase“ richtet sich für mich nicht gegen eine Berufsgruppe. Entscheidend ist die Art der Beratung. Ein Auftraggeber sagt vielleicht: „Ich möchte ein sauberes Gebäude.“ Das ist völlig legitim. Die fachliche Arbeit beginnt für mich genau dort: Was bedeutet „sauber“ für diesen Kunden? Was braucht das Objekt tatsächlich? Was ist ihm wichtig – und was wurde vielleicht jahrelang gemacht, ohne noch zu hinterfragen, ob es sinnvoll ist? Diese Erwartungen müssen dann in eine Leistungsbeschreibung übersetzt werden, die ein Gebäudereiniger versteht und kalkulieren kann, und in ein Preisblatt, das dem Auftraggeber echte Entscheidungsmöglichkeiten gibt. Problematisch wird es für mich, wenn Ausschreibungen und Kontrollsysteme immer ausgefeilter werden, die eigentliche Reinigungsleistung aber nicht mit derselben Klarheit beschrieben ist. Genau dort beginnt für mich die „Beraterblase“: wenn eine Ausschreibung formal immer ausgefeilter wird, der Bezug zur tatsächlichen Reinigungsleistung aber verloren geht. Gebäudereinigung ist ein Handwerk, und dieses Handwerk muss die Grundlage der Ausschreibung bleiben. Autonome Reinigung ist dafür ein gutes Beispiel: Ein Roboter verändert die Art, wie gereinigt wird. Er beantwortet aber nicht

Ein Auftraggeber hat eine bestimmte Erwartung, und diese Erwartung muss zuerst verstanden und hinterfragt werden.



SO FLEXIBEL WIE IHR ALLTAG

Individuell. Flexibel. Nachhaltig.

Mit FlexOne mieten Sie eine neue Form von Flexibilität – und liegen damit im Trend des Mietgeschäfts. Waren sonst Verträge mit festen Laufzeiten üblich, bieten wir mit FlexOne die bisher fehlende Möglichkeit auf kurzfristigen Bedarf zu reagieren.



- Leasing, Miete & Mietkauf flexibel möglich
- Individuelle Finanzierung für Maschinen & Geräte
- Full-Service im Rahmen der Objektfinanzierung
- Zubehör & Verbrauchsmaterialien einfach mitfinanzieren

Vertrieb über:

sigron

Numatic
Performance You Can trust

die Frage, welche Leistung der Auftraggeber tatsächlich erwartet. Genau das muss die Ausschreibung klären – sonst werden Preise verglichen, obwohl möglicherweise unterschiedliche Leistungen dahinterstehen. Gute Beratung produziert nicht mehr Papier. Sie nimmt Komplexität heraus und schafft Klarheit, bevor Unklarheit teuer wird. Was vorne nicht geklärt wird, kommt hinten häufig als Reklamation, Zeitaufwand und Frust wieder.

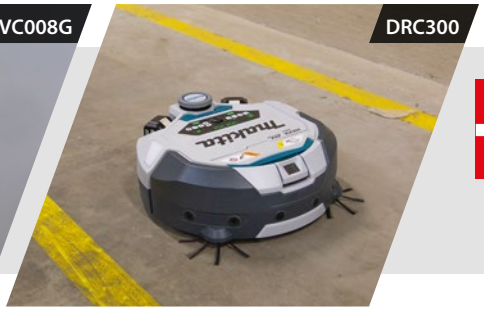
Reinigung aktuell: **Letztes Jahr wurden „Stimmen der Unzufriedenheit“ mit der Bundesbeschaffung laut. Einer der Kritikpunkte betraf mangelnde Überprüfung der Plausibilität von Angeboten. Berechtigt?**
Christian Höger: Die konkrete Prüfpraxis der BBG möchte ich nicht beurteilen. Aber die dahinterstehende Frage halte ich für absolut berechtigt – und zwar für jede Ausschreibung. Was muss eine Plausibilitätsprüfung leisten? Für mich reicht es nicht, dass sich ein Preis mathematisch erklären lässt. Die entscheidende Frage lautet: Kann die versprochene Leistung mit diesem Preis tatsächlich erbracht werden? Die ÖNORM D 2050 enthält maximal zulässige Quadratmeterleistungen; diese Leistungswerte sind im Rahmenkollektivvertrag verankert. Ihr ausdrücklich genanntes Ziel ist unter anderem der Schutz der Arbeitnehmer vor Überforderung. Aber ein Maximalwert ist nicht automatisch der realistische Wert für jedes Objekt. Ich hatte dazu erst kürzlich ein Gespräch über eine WC-Reinigung. Als ich erklärte, dass 90 m² pro Stunde als maximal zulässiger Leistungswert nicht automatisch bedeutet, dass dieser Wert in der konkreten WC-Anlage realistisch erreichbar ist und wir in diesem Fall beispielsweise eher über 45 m² sprechen, kam sofort die Frage: „Aber dann wird es ja teurer.“ Genau dort beginnt Plausibilität: dort, wo eine Zahl auf die Wirklichkeit trifft. Plausibilität macht eine Leistung nicht teurer. Sie macht sichtbar, was die Leistung wirklich kostet. Und hinter jeder kalkulierten Leistungsstunde steht ein Mensch, der diese Leistung innerhalb der vorgesehenen Zeit erbringen muss. Deshalb müssen Leis-

tung, Zeit und Kosten zusammenpassen. Verantwortung beginnt bei der Kalkulation.

Reinigung aktuell: **Bemängelt wird allenthalben auch die Kommunikation zwischen Auftraggeber und Auftragnehmern. Was müsste diesbezüglich aus Ihrer Sicht anders, besser laufen?**
Christian Höger: Gebäudereinigung ist kein Selbstläufer. Auch die beste Ausschreibung sorgt nicht dafür, dass eine Leistung danach jahrelang von alleine funktioniert. In meinen Gutachten und Qualitätskontrollen komme ich immer wieder auf drei Grundthemen zurück: Kommunikation, Führung und Schulung. Die Perspektiven sind dabei unterschiedlich. Der Auftraggeber fragt: „Was bekomme ich für mein Geld?“ Der Anbieter fragt: „Wie kann ich diese Leistung wirtschaftlich erbringen?“ Die Reinigungskraft fragt: „Wie soll ich sie in der verfügbaren Zeit schaffen?“ Der Prüfer fragt: „Woran erkenne ich, ob das Vereinbarte tatsächlich erbracht wurde?“ Genau dafür braucht es Kommunikation: Sie muss diese unterschiedlichen Perspektiven zusammenbringen und daraus ein gemeinsames Leistungsverständnis schaffen. Mitarbeiter wechseln, Abläufe verändern sich und Vorgaben verlieren im Alltag an Schärfe. Deshalb braucht Gebäudereinigung Führung, regelmäßige Schulung und eine Kommunikation, in der auch unangenehme Dinge ausgesprochen werden können: Was ist tatsächlich machbar? Was nicht? Und welche Leistung kann ich seriös versprechen? Eine gute Ausschreibung schafft Klarheit für den Start. Kommunikation, Führung und Schulung sorgen dafür, dass diese Klarheit im Alltag nicht verloren geht. Am Ende geht es deshalb nicht darum, möglichst teuer oder möglichst billig einzukaufen. Es geht darum, ehrlich einzukaufen und ehrlich anzubieten: wirtschaftlich für den Auftraggeber, tragfähig für den Dienstleister und machbar für die Menschen, die diese Leistung jeden Tag erbringen. Wer das bestehende System beklagt, sollte zuerst prüfen, welchen Beitrag er selbst dazu leistet. Selbstverantwortung statt Systemschuld.







Makita Werkzeug Gmbh
www.makita.at

DER 5-PUNKTE-CHECK:

1. Was ist das Leistungsversprechen vom Auftragnehmer an den Auftraggeber?
2. Wie sieht das Konzept aus, damit dieses Leistungsversprechen erreicht werden kann?
3. Wie sieht die QualitätsSicherung aus, damit dieser Prozess/Leistungsversprechen sichergestellt werden kann?
4. Was geschieht, wenn das Leistungsversprechen vom Arbeitnehmer nicht erreicht wird? Garantie (Ergebnis statt Bemühen)
5. Wo ist der Kundennutzen bzw. der Vorteil?

QUELLE: HÖGERS ROTSTIFT GMBH