



Aktuell größte Herausforderung im Gebäudereiniger-Handwerk: der Mangel an Arbeitskräften.

FEHLENDE ARBEITSKRÄFTE IN DER GEBÄUDEREINIGUNG

DREI ANSÄTZE, UM DEM MANGEL ZU BEGEGNEN

Wie überall im Handwerk fehlen auch im Umfeld der Gebäudedienste Arbeitskräfte. Doch wie und wo lassen sich passende Beschäftigte finden? Und wie kann das Image der Branche verbessert werden? Drei Ansätze.

Nur Jammern hilft nicht. Das gilt für gesundheitliche Beschwerden ebenso wie für den chronischen Mangel an Arbeitskräften in einem der größten Handwerkszweige Deutschlands. 2020 waren in der Gebäudereinigung fast 670.000 Menschen beschäftigt. Wer sich schon länger mit Recruiting in der Branche auseinandersetzt, weiß, dass es nie wirklich einfach war, Stellen zu besetzen. Zum Glück gibt es – wie für fast alle Probleme im Leben – auch hier passgenaue Lösungen. Wir dürfen in Deutschland darauf hoffen, dass Läden, Büros oder öffentliche Gebäude auch in Zukunft sauber bleiben. Allerdings nur, wenn das Gebäudereiniger-Handwerk die Herausforderungen des Arbeitsmarkts annimmt.

Auch in der Reinigungsbranche müssen sich Arbeitgebende bestmöglich präsentieren und ihre Belegschaft pfleglich behandeln. Öffnen sich Gebäudedienstleister für nur drei Perspektiven, werden sie auch künftig Reinigungspersonal finden. Dabei geht es um Optimierung der Investitionen zum Recruiting neuer Kräfte, bedarfsgerechtes Bespielen geeigneter

Job-Boards und eine neue Wertschätzung der Mitarbeitenden auf allen Ebenen.

Perspektive 1: Mehr Recruiting-Power durch Performance-Kampagnen: Die täglichen Kosten für unbesetzte Stellen durch entgangene oder nicht erfüllte Aufträge sind hoch – Geld, das sich besser in Recruiting investieren lässt. Doch einzelne, womöglich kostenfrei platzierte Stellenanzeigen sind wie ein Strohflecken. Sie werden zufällig kurz nach ihrer Platzierung von passenden Interessenten entdeckt oder landen anschließend im Nirwana, überschrieben von den bezahlten Kampagnen oder Einzelausschreibungen der Konkurrenz.

META-STELLENBÖRSEN WIE INDEED

„Post and Pray“ nach dem Gießkannenprinzip funktioniert heute nicht mehr. Erfolgreiches Recruiting braucht vielmehr ein definiertes Budget, das allerdings bei der Suche nach Beschäftigten wie im Reinigungsbereich nicht zu hoch ausfallen darf. Bestens investiert ist das Budget in Performance-Kampagnen.



ONLINEUMFRAGE

WIE STARK BELASTET SIE DER PERSONALMANGEL?

Auch Ihre Meinung ist gefragt – in unserer Onlineumfrage auf www.rationell-reinigen.de. Auf Ihre Antworten sind wir gespannt!

Dabei werden gleichartige Stellenanzeigen (etwa „Suche Reinigungskräfte in Berlin“) gebündelt und mit einem klar definierten Budget auf Meta-Stellenbörsen wie Indeed platziert.

Die Vorteile gegenüber einzelnen Ausschreibungen sind vielschichtig und überzeugend:

- Performance-Kampagnen garantieren mehr Sichtbarkeit, es gibt weniger Streuverluste.
- Sie liefern während der gesamten Laufzeit Top-Platzierungen in den Suchergebnissen.
- Sie steigern die Zahl eingehender Bewerbungen und beschleunigen den Recruiting-Prozess.
- Sie sind kosteneffizient, da ergebnisbasiert nur pro Klick bezahlt wird.
- Alle Stellengesuche zehren vom gemeinsamen Budget, das sich stets auf die noch unbesetzten Stellen verteilt.
- Arbeitgebende haben zu jeder Zeit volle Kostenkontrolle.
- Key-Performance-Indikatoren (KPIs) geben maximale Erfolgstransparenz und die Kampagnen können während ihrer Laufzeit nachgesteuert werden.
- Im Idealfall sind Planung und Steuerung von Performance-Kampagnen bereits in ein ohnehin im Unternehmen verwendetes Recruiting-Tool (wie etwa Zvoove Recruit) integriert.

Tatsächlich haben sich Performance-Kampagnen schon in der Vergangenheit bewährt. Im Zeitalter des Arbeitskräftemangels sind sie essenziell für die Aufrechterhaltung des Geschäftsmodells im Bereich der Gebäudedienste. Kampagnen-Management holt das Beste aus jeder Stellenanzeige und dem vorhandenen Recruiting-Budget heraus. Für optimalen Erfolg sollte auch die fachliche Expertise von spezialisierten Agenturen und Media-Beratern herangezogen werden. Zudem brauchen erfolgreiche Kampagnen eine aktive und individuelle Steuerung. Vor allem das Gebäudereiniger-Handwerk fällt bei Indeed besonders ins Auge: Derzeit hat Indeed etwa doppelt so viele Stellen für Reinigungskräfte im Portfolio wie noch vor der Corona-Pandemie. Allgemein lässt sich sagen, dass gerade gute, qualifizierte Kandidaten nur wenige Ausschreibungen ansehen. Umso wichtiger ist eine Platzierung im Premiumbereich. Zudem muss jede Stellenanzeige alle relevanten Keywords zu Aufgaben und Verantwortungsbereichen enthalten. Vorteilhaft sind auch Einblicke in die Unternehmenskultur. Speziell im ►



ANJA BREER

Geschäftsführerin, Breer Gebäudedienste, Iserlohn

„DER KITT FÜR BESTÄNDIGE ARBEITSVERHÄLTNISSE“

Die Zahl an Bewerbern ist bei uns in Südwestfalen grundsätzlich sehr niedrig. Hinzu kommt die oft nicht ausreichend vorhandene Mobilität potenzieller Bewerber. Deshalb wollen wir in Zukunft verstärkt in Mobilität investieren, in mehr Fahrzeuge, die Organisation von Fahrgemeinschaften und Fahrdiensten. Im Bereich Personalakquise arbeiten wir mit einem regionalen Bewerbermanagementsystem, das alle Prozesse von der Anzeige bis zur Terminvereinbarung abbildet. Portale wie Indeed oder Stepstone nehmen wir nur bei der Suche nach höher qualifizierten Bewerbern in Anspruch, da diese für die Suche nach Reinigungskräften im Vergleich zu teuer sind und nicht zu einer höheren Bewerberquote führen. Insbesondere setzen wir auf Mund-zu-Mund-Propaganda: Ein Stellengesuch wird häufig über Familie, Freunde und Bekannte kommuniziert oder wir fragen unsere Reinigungskräfte nach Bewerbern aus deren Umfeld. Aktuell setzen wir auch wieder auf die klassische Stellenanzeige in Printmedien, da wir feststellen, dass sich Bewerber im Alter 55+ immer noch dort orientieren. Die Suche nach Reinigungskräften konzentriert sich jedoch auf die Sozialen Medien oder kostenfreie Portale wie Ebay. Auch Auszubildende werben wir vorwiegend über die Sozialen Medien an und auf Ausbildungsbörsen oder bei der Vorstellung des Gebäudereinigerberufs an Schulen. Einige Mitarbeiter unterstützen uns dabei als „Ausbildungsbotschafter“. Die Rückmeldungen zu unserer 125-Jahr-Feier haben uns gezeigt, wie wichtig gemeinsame Aktionen, gegenseitige Unterstützung und das Einbeziehen der ganzen Unternehmensfamilie für das Vertrauen und den Zusammenhalt sind. Das ist aus unserer Sicht der Kitt für verlässliche und beständige Arbeitsverhältnisse.

Die praktische Seite des Recruitings ist für uns als Arbeitgeber weitestgehend beeinflussbar. Keine unwesentliche Rolle spielen aber auch die Signale, die von politischer Seite gesetzt oder nicht gesetzt werden. So sehen wir beispielsweise durch eine Reform der Lohnsteuerklasse 5 große Potenziale. Anreize sollten aber auch im Bereich der Arbeitssuchenden gesetzt werden. Es bleibt abzuwarten, ob die von der Politik versprochenen positiven Impulse tatsächlich eintreten. Ganz persönlich habe ich hier so meine Zweifel.



VIKTORIA KAISER

Personalleiterin, Klüh Multiservices, Düsseldorf

„MIT DIGITALEN UND VEREINFACHTEN PROZESSEN“

Der allgemeine Arbeitskräftemangel stellt unsere Branche vor große Herausforderungen. So benötigen auch wir mittlerweile mehr Vorlaufzeit, um offene Positionen zu besetzen. Denn obwohl wir in der Regel ausreichend Bewerbungen erhalten, beobachten wir leider immer häufiger, dass Bewerber nicht reagieren, wenn wir sie kontaktieren. Andere Kandidaten erscheinen sogar ohne Absage nicht zum Vorstellungsgespräch. Das kostet uns unnötig Kapazitäten und ist natürlich sehr frustrierend.

Um von vornherein möglichst zielgenau passende Mitarbeitende zu finden, setzen wir verstärkt auf digitale und vereinfachte Bewerbungsprozesse. Hierbei nutzen wir unter anderem WhatsApp als Bewerbungskanal sowie verschiedene Karriere-Portale, auf denen wir Stellenanzeigen schalten. Abgesehen von unseren Bemühungen, die Personalsuche weiter zu optimieren, profitieren wir mitunter auch von Empfehlungen unserer Belegschaft, die passende Kandidaten zu uns führen. Wir wissen daher allzu gut, dass es sich lohnt, in die eigenen Mitarbeitenden zu investieren.

Flankierend zum Recruiting setzen wir deshalb auf verschiedene Maßnahmen, um unsere Mitarbeitenden langfristig zu binden und zu motivieren. Beispielsweise fördern wir nach dem Prinzip „Aufstieg vor Einstieg“ die berufliche und persönliche Weiterentwicklung unserer Mitarbeitenden durch Aus- und Fortbildungsangebote. Ergänzend dazu bieten wir zahlreiche Benefits wie JobRad, mobiles Arbeiten und diverse Arbeitszeitmodelle zur Stärkung der Work-Life-Balance.

Darüber hinaus ist es uns wichtig, ein wertschätzendes und vorurteilsfreies Arbeitsumfeld zu schaffen und die Vielfalt innerhalb des Unternehmens zu fördern. Mit der Unterzeichnung der Charta der Vielfalt und der Implementierung eines Diversity-Managements haben wir uns offiziell zu dieser Kultur verpflichtet.

Bereich „Reinigungsdienste, Gebäude- und Grundstückspflege“ waren im März 2023 bei Indeed über 400.000 Jobsuchende unterwegs und knapp 50.000 Stellenanzeigen im Angebot. Mit fast 230.000 Klicks war „Reinigungskraft“ der Top-Suchbegriff, gefolgt von „Minijob“ (rund 150.000 Klicks), „Teilzeit“ (65.000 Klicks) und „Reinigung“ (57.000 Klicks). Und tatsächlich zeigt der letztjährige „Breezy HR Sources of Hire Report“, dass Unternehmen in Europa und den USA über Indeed am häufigsten Kandidaten für ihre Vakanzen finden.

Perspektive 2: Kandidaten finden und direkt ansprechen.

Statt nur auf Bewerbungen zu warten, können und müssen Unternehmen auch selbst aktiv werden – zum Beispiel auf neuartigen Bewerberportalen wie Joboo. Dort präsentieren Unternehmen freie Stellen und Arbeitssuchende freie Kapazitäten. Mit oder ohne Lebenslauf und Bild. Beide Partner geben unverbindlich an, an welchen Wochentagen sie zu welchen Tages- oder Nachtzeiten noch Stellen beziehungsweise Kapazitäten frei haben. Ebenso werden die angebotenen beziehungsweise gewünschten Arbeitsmodelle angegeben und über die Postleitzahl auch die Region, in der Jobs oder Kandidaten zur Verfügung stehen.

NEUARTIGE PORTALE WIE JOBOO

So finden überall in Deutschland Menschen die passenden Jobs. Wenn also zum Beispiel ein Gebäudedienstleister für einen großen Filialisten die Läden reinigt, lässt sich sehr zielgenau für eine ganz konkrete Filiale irgendwo in der Provinz feststellen, welche Jobsuchenden dort für Reinigungsarbeiten vor Ladenöffnung oder nach Ladenschluss zur Verfügung stehen. Mehr noch: Über Jobbörsen wie Joboo können Unternehmen sofort mit den Menschen in Kontakt treten, um den konkreten Einsatz schnell und direkt abzusprechen, ähnlich wie bei Ebay-Kleinanzeigen. Joboo sticht auch dadurch heraus, dass es aktuell stark im TV beworben wird und so einen recht hohen Bekanntheitsgrad hat. Es generiert täglich mehrere Hundert neue Bewerber. Dank dieser Masse verfügt das Job-Board über ein breites Spektrum an Arbeitssuchenden. Tatsächlich umfasst Joboo inzwischen alle Berufe und Branchen und sämtliche Arbeitsmodelle, von stundenweisen Aushilfstätigkeiten bis zu qualifizierten Jobs in Vollzeit. Das Portal – ursprünglich für die Gastronomie entwickelt und im Zuge der Corona-Krise auf sämtliche Branchen ausgeweitet – hat



Stefan Kramer

ist Buchautor und Experte für moderne Personalgewinnung sowie CEO bei Zvoove Recruit & Clean.


Bereits mit geringen Investitionen, die intelligent und zielführend eingesetzt werden, können auch in einem Arbeitnehmermarkt passende Reinigungskräfte gefunden werden. Stefan Kramer

einen Schwerpunkt im Helferbereich und FM – ideal für Gebäudedienstleister, die entsprechend dem aktuellen Bedarf Arbeitssuchende in einer bestimmten Region direkt ansprechen können. Ein weiterer Pluspunkt von derartigen Jobsuchmaschinen sind die sehr niedrigen Kosten. Für monatliche Beträge im zweistelligen Bereich können Unternehmen beispielsweise bei Joboo auf über 250.000 potenzielle Jobsuchende zugreifen, deren Verfügbarkeit mit dem eigenen Bedarf matchen und sofort Kontakt aufnehmen.

Perspektive 3: Mitarbeitende wertschätzen und Arbeitskraft erhalten. Vorhandene Mitarbeitende möglichst langfristig an das Unternehmen zu binden, ist immer noch die beste und billigste Recruiting-Strategie. Das gilt nicht nur für Fachkräfte, deren Stellen laut einer aktuellen Studie des ifo-Instituts durchschnittlich drei bis vier Monate unbesetzt bleiben. Deutlich schneller lassen sich Stellen übrigens besetzen, wenn Unternehmen auf Vielfalt in der Belegschaft achten. In der Gebäudereinigung mag das bereits der Fall sein, doch gibt es hier ein noch weit gravierenderes Problem: den Erhalt der Arbeitskraft der Mitarbeitenden. Denn die Branche leidet unter überdurchschnittlich hohem Krankenstand und vorzeitigem Ausscheiden aus dem Arbeitsleben. Wer nicht mit hohen Löhnen punkten kann, muss für ein möglichst angenehmes Arbeitsklima sorgen. Ein Lob guter Leistungen kostet nichts, zahlt aber aktiv in das Employer Branding ein. Denn zufriedene Teammitglieder sind die besten Werbeträger – und ideale Testimonials. Es ist daher zu überlegen, sie aktiv für Recruiting- oder Employer-Branding-Kampagnen zu gewinnen.

GUTES ONBOARDING KANN HELFEN

Mitarbeiterzufriedenheit startet spätestens bei der Einstellung. Denn es gibt keine zweite Chance für einen guten ersten Eindruck. Auch bei Jobs für gering qualifizierte Beschäftigte ist ein optimaler Einstieg in den neuen Arbeitsplatz nötig. Das fängt bei ganz einfachen Dingen an: Werden Ort und Zeit für den ▶


 100%
 PCR*-
 Recycling-
 Material!



**Unsere
 PCR*-Kanister
 hinterlassen
 einen grünen
 Fußabdruck!**

Vor 25 Jahren haben wir das KIEHL Rücknahme-System für Kunststoff-Gebinde geschaffen. Über 2,5 Mio. kg Plastik-Müll konnten so reduziert werden.

Seither haben wir viel für die Schonung der Umwelt getan, unter anderem bei der

- Gebinde-Optimierung mit geringstmöglichem Material-Einsatz
- Verwendung regenerativer Energie aus Wärmekollektoren und Erdwärme
- energiesparenden Anlagentechnik
- Behandlung und Aufbereitung von Abwässern
- Ausstattung unseres Fuhrparks mit besonders emissionsarmen Fahrzeugen

Und jetzt: Mit einem 5 Liter-Kanister aus 100% PCR-Recycling-Material, das auch wieder aufbereitet und neu verwendet werden kann.

* PCR: Post Consumer Recycled

www.kiehl-group.com



ACHIM ADLER

Geschäftsführer, BWS, Erkelenz

„BEWERBUNGEN SIND MIT EINEM KLICK MÖGLICH“

Nach den Herausforderungen der Corona-Pandemie stehen wir nun plötzlich vor einer neuen Herausforderung: dem Fachkräfte- beziehungsweise Personalmangel. Der Arbeitsmarkt scheint wie leergefegt, und niemand kann sich das erklären. Die BWS bedient auch Sparten wie Sicherheits- und Kurierdienste oder Arbeitnehmerüberlassung, und wir sehen: Dies ist nicht alleine ein Problem der Reinigungsbranche.

Dem Recruiting haben wir schon vor einiger Zeit einen neuen Anstrich gegeben. In der Abteilung Bewerberwesen geht es um Active-Sourcing und viel Manpower. Wir können nicht mehr einfach auf Bewerbungen warten. Es wurde deshalb eine eigene Abteilung Bewerberwesen eingeführt, mit zwei Fachkräften besetzt und durch eine Multiposting-Software auf professionelle Beine gestellt. Schon zu Zeiten der Pandemie entdeckten wir das Potenzial der Digitalisierung in den Bewerbungsprozessen. Ebenso muss in der heutigen Zeit der Bewerbungsprozess vereinfacht werden. Dies ermöglicht eine Multiposting-Software – die Bewerbungen mit einem Klick möglich macht. Der nächste Schritt ist die Implementierung einer Landing-Page, die mit der Multiposting-Software verknüpft ist. Unser Unternehmen als Marke und regionalen Arbeitgeber attraktiv zu machen und den Bewerbungsprozess zu vereinfachen – das ist unser Ziel.

Steigende Lebenshaltungskosten lassen annehmen, dass es eine höhere Nachfrage nach Arbeitsplätzen gibt. Den erhöhten Bedarf an monetären Mitteln nehmen wir anhand steigender Bewerbungen für Tätigkeiten auf geringfügiger Basis durchaus wahr. Dennoch ist die Resonanz auf Teil- oder Vollzeitbeschäftigungen rückläufig. Sicherlich spielt dabei auch die Work-Life-Balance eine Rolle. Den Bewerbern ist ihre Freizeit ebenso wichtig wie die Möglichkeit, Geld zu verdienen. Obwohl oft keine weiteren Beschäftigungen oder familiäre Verpflichtungen vorliegen, ist unserer Erfahrung nach nicht jeder bereit, jede Arbeitszeit zu übernehmen. Mit unserem Daytime Cleaning (8.30 Uhr bis 14 Uhr) wollen wir ein attraktives Arbeitsplatzangebot, vor allem für Menschen mit Kindern, schaffen. Ebenso treten wir in den Dialog mit unseren Kunden, um flexiblere Arbeitszeiten für unser Personal vereinbaren zu können.

(ersten) Einsatz einfach und klar kommuniziert? Sind alle benötigten Arbeitsmittel vorhanden? Ist bei eventuellen Problemen und Unklarheiten eine Ansprechperson vor Ort oder kann sie zumindest unkompliziert und verlässlich kontaktiert werden? Vielleicht sogar mit einer digitalen Lösung? Ein solches Onboarding wird freilich nur unter Einbeziehung der Kunden der Gebäudedienstleister gelingen. Schließlich befindet sich dort der Arbeitsplatz der Reinigungskräfte. Indeed gibt daher auf seiner Website Tipps, wie ein ordentliches Onboarding aussehen kann. „Ein gut durchdachter Onboarding-Prozess ermöglicht Klarheit bezüglich der erforderlichen Skills und Arbeitsabläufe. Die Vermittlung der gelebten Werte und der Unternehmenskultur runden das Bild ab und legen die Grundlage für eine angenehme und vertrauensvolle Arbeitsatmosphäre ab Tag 1“, weiß Felix Altmann, Senior Communications Manager bei Indeed. „Bei Neustartern geht es darum, einen reibungslosen und motivierten Einstieg zu ermöglichen und Störungen der Abläufe zu minimieren. Gleichzeitig beugt man so der Fluktuation vor und sorgt auf allen Ebenen für eine starke Mitarbeiterbindung, von der letztlich auch die Kunden der Gebäudedienstleister profitieren.“

ÜBERDURCHSCHNITTLICH VIELE FEHLTAGE

Unabhängig davon muss die Branche dringend dem überdurchschnittlichen Krankenstand und dem vorzeitigen Ausscheiden aus dem Arbeitsleben entgegenwirken. So kommen nach einer Untersuchung der Betriebskrankenkassen in Bayern Reinigungskräfte auf doppelt so viele Fehltage im Jahr wie der Durchschnitt. Neun von 27 Krankheitstagen fallen auf Erkrankungen des Muskel- und Skelettsystems. Zudem hat eine EU-Studie unter den 3,75 Mio. Beschäftigten in der europäischen Reinigungsbranche weitverbreitete psychische Gesundheitsprobleme festgestellt. Sie äußern sich in Depressionen, Angstzuständen oder Burn-out, führen zu vorzeitigem Abbruch des Arbeitslebens und schaden so dem Ruf der gesamten Branche.

DIE ARBEITSBEDINGUNGEN VERBESSERTEN

Gebäudedienstleister sollten im eigenen Interesse dringend die Arbeitsbedingungen von Reinigungskräften verbessern. Das fängt beim Einsatz ergonomischer Arbeitsmittel an und reicht bis zu Handbüchern und Broschüren für eine gesunde Arbeitsergonomie. Denn wer seinen Job gut kennt, fühlt sich weniger gestresst. Der europäische Dachverband der Reinigungsbranche EFCI hat solche Handbücher erstellt, in Zusammenarbeit mit den europäischen Gewerkschaftskollegen UNI Europa. Ein Ansatz, der nur befürwortet werden kann und die gesamte Gebäudedienstleistung erfassen sollte.

Stress lässt sich auch anders vermeiden. Etwa durch Angebote von Kinderbetreuung für Mitarbeitende in Tagesrandzeiten, zu denen Kitas nicht geöffnet sind.

Oder mithilfe intelligenter Softwarelösungen wie Reinigungs-Apps, über die sich Reinigungskräfte und Gebäudedienstleister in Echtzeit austauschen. Damit werden Fragen und Probleme schnell und ohne teure und umständliche Bürokratie aus der Welt geschafft.

MIT APPS & CO. DIE ARBEIT ERLEICHTERN

Perspektivisch wird die Digitalisierung ohnehin auch die Gebäudedienstleistung erreichen. Die Unternehmen müssen umrüsten, um weiter wettbewerbsfähig zu bleiben und jetzt damit beginnen, ihre Mitarbeitenden an neue Arbeitsmittel, Software und Apps heranzuführen. Bei entsprechenden Schulungsmaßnahmen werden Reinigungskräfte erkennen, dass dies keine zusätzliche Bedrohung oder Belastung darstellt, sondern die Arbeit erleichtern kann.

Die Rechnung ist also simpel: Ohne Recruiting-Budget werden Gebäudedienstleister in Zukunft kaum noch geeignete Mitarbeitende finden. Das wird richtig teuer und sogar existenzbedrohend. Doch bereits mit geringen Investitionen, die intelligent und zielführend bei Job-Boards wie Indeed oder Joboo eingesetzt werden, können auch in einem Arbeitnehmermarkt passende Reinigungskräfte gefunden und direkt angesprochen werden. Bei guter Einarbeitung, mit mo-

deren Arbeitsmitteln und einem guten Betriebsklima bleiben Mitarbeitende zufriedene, gesunde und langjährige Arbeitskräfte, deren Leistung für zufriedene Kunden sorgt. Und weiterhin für attraktive, saubere Läden, Arbeitsplätze und öffentliche Einrichtungen, von denen wir letztlich alle profitieren. ■

Stefan Kramer

heike.holland@holzmann-medien.de

Über Jobbörsen wie Joboo können Unternehmen sofort mit den Menschen in Kontakt treten, um den konkreten Einsatz abzusprechen. Stefan Kramer

NEU | DIE ZEIT IST REIF

LEADING EFFICIENCY ROBOTICS

Keine Spielerei, sondern echte Antworten auf Fachkräftemangel, steigende Lohnkosten und ökologische Nachhaltigkeit – das ist es, was die weltweit führende ECOBOT-Serie auszeichnet. Voll ausgereifte autonome Reinigung mit maximaler Sicherheit und breitem Anwendungsspektrum!

Jetzt Vorführtermin vereinbaren und in die Welt der autonomen Reinigung einsteigen: +49 711 9544 950

€ WIRTSCHAFTLICH ATTRAKTIV

🌿 ÖKOLOGISCH NACHHALTIG

👉 EINFACHES SET-UP

