

Wasserle mit Temp-Award ausgezeichnet Gebäudereiniger wachsen und schrubben am Branchenimage



Die Wasserle GmbH & Co.KG aus Windach hat den Temp-Award 2009 erhalten. Die von Professor Jörg Knoblauchs Unternehmensberatung Tempus verliehene Auszeichnung ging dieses Jahr an zwei Unternehmen, die sich trotz Wirtschaftskrise vorbildlich entwickeln. Die Skulptur aus Stein und Metall verlieh Professor Lothar Späth am 14. Mai in Filderstadt bei Stuttgart. Neben Wasserle wurde die schwäbische Firma Profilmittel aus Hirrlingen bei Tübingen ebenfalls mit dem Temp-Award ausgezeichnet.

Markus Wasserle gründete vor fünf Jahren gemeinsam mit seiner Frau Kati ein Reinigungsunternehmen. Seither hat das Ehepaar gemeinsam mit Markus' Bruder Michael bei Umsatz und Mitarbeiterzahl kräftig zugelegt. Heuer planen die Brüder wie bereits in den Vorjahren ein Wachstum um 30 Prozent auf 1,5 Millionen Euro.

Wasserle hat sich auf das Säubern von Gebäudekomplexen spezialisiert und arbeitet ausschließlich für Hausverwaltungen. 110 Mitarbeiter putzen Glas, Fassaden, Treppenhäuser, Tiefgaragen, Wohnungen und Büros der 60 Stammkunden im Raum München. Kunden sind unter anderem die Münchner Rückversicherung und das französische Bankhaus BNP Paribas.

Dabei hat die Firma ein Alleinstellungsmerkmal entwickelt und somit einen Branchenmaßstab gesetzt. Sie garantiert, spätestens nach 45 Minuten am Objekt zu sein. „Die Idee dazu und das logistische Konzept entstanden, weil wir mit der Temp-Methode arbeiten“, erklärt Geschäftsführer Markus Wasserle, der mittlerweile hauptsächlich für den Vertrieb zuständig ist. Das Analyse-Werkzeug hilft, die Arbeitsabläufe innerhalb der Firma zu definieren und effektiv zu strukturieren. „Mit dieser Methode können Chefs ihren Betrieb ohne fremde Hilfe durchleuchten und in kleinen Schritten verbessern“, erklärt der Chef. Bei den Windachern hatte das

zur Folge, dass die Mitarbeiter nicht von einer riesigen Firmenzentrale aus agieren. Bei Wasserle sind stattdessen 80 Servicetrupps im Großraum München dezentral stationiert. Mit neun Firmenautos sind die Saubermacher flexibel und innerhalb der garantierten dreiviertel Stunde bei jedem Kunden vor Ort.

Auch in Sachen Kommunikation sind die Jungunternehmer einfallsreich: Da die kleinste Einheit nur fünf Mitarbeiter umfasst, und alle Trupps in unterschiedlichen Stadtteilen arbeiten, „war es wichtig, ein Medium zu finden, mit dem wir alle Kollegen erreichen“, sagt der 28-jährige Chef. Knoblauchs Managementhandbuch empfiehlt für die interne Kommunikation eine Mitarbeiterzeitung. Die liegt bei Wasserle seit Oktober 2008 monatlich jeder Lohnabrechnung bei. In ihr informieren sich Mitarbeiter über den Stand des Vorschlagswesens, erfahren interne Termine und welche Projekte anstehen.

Schritt für Schritt entwickelt das Unternehmen eine ganz persönliche Firmenkultur. „Wir wollen das miese Image der Branche verbessern“, gibt sich Markus Wasserle kämpferisch. Was ihm durchaus gelingt. Das ZDF berichtete kürzlich im Sendeformat „37 Grad“ über die Hintergründe der Szene. Als sehr reales aber positives Beispiel kamen die Reinigungsspezialisten so ins Fernsehen.

Detail am Rande: Weil Wasserle-Arbeitsplätze im Umkreis von 80 Kilometern verteilt sind, hängt in jeder Besenkammer der Kunden das Firmenleitbild. In anderen Branchen wäre das ein Faux pas. Bei Wasserle ist es Teil der nun ausgezeichneten Unternehmenskultur.

www.temp-methode.de