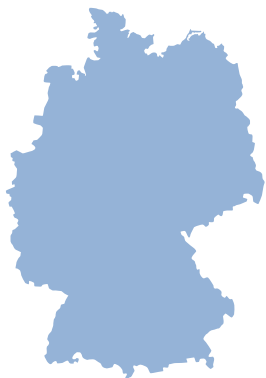


Zahlen, Daten und Fakten über den Reinigungsmarkt



Kurzdossier Deutschland

ISSA[®]

Advancing Clean.
Driving Innovation.

Vorstellung ISSA als Projektpartner



ISSA als Partner der Studie

Die ISSA ist mit mehr als 9.000 Mitgliedern der weltweit führender Fachverband von Herstellern, Fachhändlern, Gebäudedienstleistern, betriebsinternem Reinigungspersonal, und allen branchenrelevanten Unternehmen in der Reinigungsbranche, sowie Ausrichter der führenden Reinigungsfachmessen.

Professionelle Reinigung dient der Wahrung der Gesundheit, trägt zur Schonung der Umwelt und Werterhaltung bei und leistet somit einen maßgeblichen Beitrag zum Unternehmenserfolg .

Als Verband hat es sich die ISSA zur Aufgabe gemacht, die Reinigungsbranche in dieser weltweiten Wertschätzung und deren positive Wahrnehmung zu unterstützen.

„Als Fachverband ist es unser Ziel, Reinigung in Deutschland sichtbarer zu machen. Deshalb freut es uns sehr, mit diesem Kurzdossier über den deutschen Reinigungsmarkt den Grundstein für viele weitere interessante Publikation rund um Markt und Branche gelegt zu haben.“

Regina Henrich – ISSA European Manager

Zahlen, Daten und Fakten über
den Reinigungsmarkt
Kurzdossier Deutschland

1. Methodik und Branchentrends
2. Segmentbetrachtung
 - a. Reinigungsmaschinen
 - b. Reinigungsequipment
 - c. Reinigungschemikalien
 - d. Gebäudereinigung

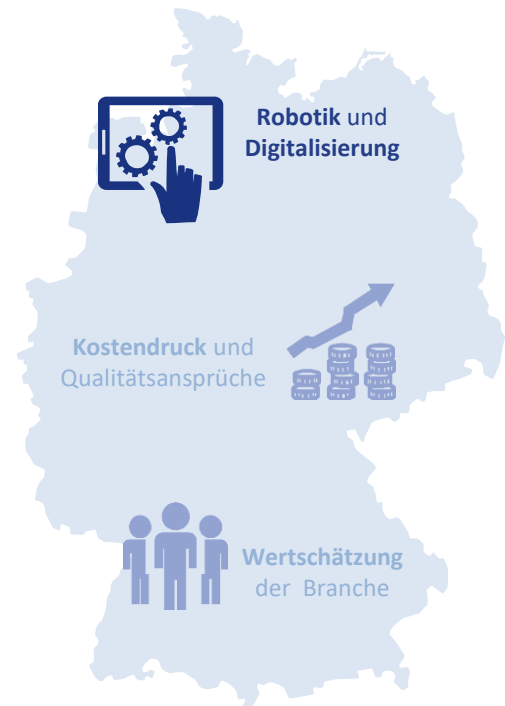
Wie wurden die Daten erhoben?

- Mitinitiator und Partner der Studie ist die ISSA, der weltweit agierende Verband der Reinigungsbranche.
- Die Daten für das vorliegende Kurzdossier wurden mittels Sekundärdatenanalyse und qualitativer Experteninterviews erhoben.
- Der Erhebungszeitraum lag zwischen dem 18. August und dem 14. September 2017.
- Es wurden insgesamt 65 Interviews leitfadengestützt durchgeführt.
- Zielgruppe für die Befragung waren Hersteller, Verbände, Händler, Berater und Gebäudedienstleister.
- Die betrachteten Segmente in dem Dossier sind Reinigungsmaschinen, Reinigungsequipment, Reinigungschemikalien und Gebäudereinigung.



Was bewegt die Branche?

- Eine zunehmende Digitalisierung in der Branche wird zu neuen Geschäftsmodellen und Prozessanpassungen führen.
- Robotik wird aktuell in der Branche intensiv diskutiert. Die Technologie wird aktuell als noch nicht ausgereift angesehen und spärlich genutzt.
- Innovationen setzen sich im Markt nur dann durch, wenn sie von den Reinigungskräften angenommen werden und einen klar messbaren Mehrwert bieten. Ansonsten wird der Markt als sehr konservativ beschrieben, in dem alt bewährte Lösungen bevorzugt eingesetzt werden.
- Nachhaltigkeit wird in der Branche diskutiert, setzt sich aber vor allem dann durch, wenn Kosten gesenkt oder Prozesse vereinfacht werden können. Auch gesetzliche Änderungen erfordern einen stärkeren Fokus auf Nachhaltigkeit.



Was bewegt die Branche?

- Die Dienstleister in der Branche stehen unter einem enormen Kostendruck, was innovative Produkte hinsichtlich Kostensenkung im Reinigungsprozess notwendig macht.
- Durch die hohe Vergleichbarkeit von Reinigungsdienstleistungen ist die Notwendigkeit einer Portfoliodifferenzierung bei Reinigungsdienstleistern sehr hoch. Während sich tendenziell große Dienstleister schon in neue Geschäftsfelder bewegen, leiden Kleinere oft an einem starken Preiskampf.
- Reinigung ist für viele Endkunden nicht direkt sichtbar und ist das Ergebnis eines intransparenten Prozesses. Die Reinigungskräfte sind meist außerhalb der Arbeitszeiten tätig und der Kunde hat nur selten Kontakt mit ihnen.



Zahlen, Daten und Fakten über
den Reinigungsmarkt
Kurzdossier Deutschland

1. Methodik und Branchentrends
2. Segmentbetrachtung
 - a. Reinigungsmaschinen
 - b. Reinigungsequipment
 - c. Reinigungskemikalien
 - d. Gebäudereinigung

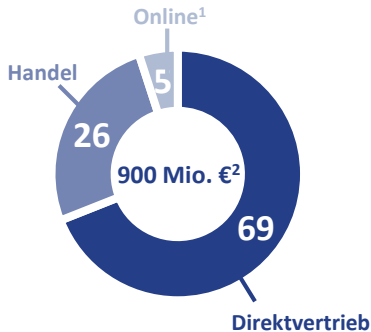


Reinigungsmaschinen

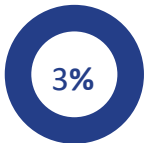
Kurzossier - Zahlen, Daten, Fakten



Marktübersicht



Wachstum



Anbieter



Potential

Leicht steigend bei Maschinen
Große Nachfrage nach Service,
Finanzierungsmodellen und
digitalen Dienstleistungen

Aktuelle Trends und Entwicklungen

- Der Einsatz digitaler Lösungen schreitet sowohl beim Flottenmanagement als auch bei der Bedienung von Maschinen voran, jedoch ist vor dem Hintergrund der einfachen Bedienbarkeit auch ein Gegentrend spürbar.
- Die Entwicklung von Batteriesystemen geht in Richtung Langlebigkeit, reduziertes Gewicht, sowie kürzere Ladezyklen. Dies führt zu einer höheren Effizienz in der Reinigung.
- Der Maschinengebrauchtmarkt entwickelt sich rasant und wird auch im Rahmen der Kreislaufwirtschaft weiter wachsen.
- Entwicklungen im Umweltschutz werden sowohl von den Regulatoren, als auch von den Kunden vorangetrieben und sind somit ein in der Wichtigkeit steigender Faktor.

Kaufentscheidungskriterien aus Kundensicht

- Mitarbeiter vor Ort und Serviceleistungen (z.B. Lifecycle-Management) spielen vor allem bei der Loyalität von Kunden eine Rolle, während Markenimage und Preis bei Neukunden relevant sind.
- Einfache Maschinenhandhabung (z.B. durch Displays) und Ergonomie sind neben den flexiblen Finanzierungsmöglichkeiten entscheidende Kriterien beim Kauf.
- Insbesondere Großkunden legen besonderen Wert auf die digitale Vernetzung der Maschinen untereinander. Im europäischen Vergleich sind andere Länder hier bereits weiter entwickelt.

¹ Vor allem Verschleißteile oder wenig konfigurierbare Produkte

² Exportanteil liegt bei 73%, Weltmarktanteil deutscher Hersteller: 20%

Quellen: Experteninterviews DTO Research; VDMA (Stand 2016)





Marktübersicht

- Der Markt wird als sehr heterogen und unübersichtlich beschrieben.
- Ohne eine genaue Produktbetrachtung ist eine Größenabschätzung eher nicht sinnvoll.
- Es wird hauptsächlich über den Handel beschafft.
- Das Segment wird im Vergleich zu Reinigungskemikalien als kleiner beschrieben.

Anbieter Geräte



Wenige große Anbieter bestimmen den Markt

Anbieter Aftermarket



Geprägt durch
Verbrauchs-
produkte

Potential

Moderat bei bestehenden Produkten (höhere Marktsättigung)
Kunden erwarten keine größeren Produktinnovationen

Aktuelle Trends und Entwicklungen

- Das Segment gilt aufgrund der konservativen Einstellung der Nutzer als eher wenig innovativ.
- Innovationen scheitern oft an der Akzeptanz der Reinigungskräfte.
- Der Markt ist stark fragmentiert und gerade im Bereich Flächenreinigung ein Massenmarkt mit hohem Preisdruck.
- Die Kombination der Produkte mit digitalen Lösungen könnte zu neuen Innovationspotentialen führen (Connected-Cleaning).
- Kundenbedürfnisse werden im Innovationsprozess zu wenig berücksichtigt und häufig bestehende Produkte eher geringfügig optimiert.

Kaufentscheidungskriterien aus Kundensicht

- Erfahrung der Mitarbeiter mit dem Produkt: Einfache Produkthandhabung, um Schulungsaufwand zu minimieren und Fehler im Reinigungsprozess zu vermeiden.
- Verfügbarkeit der Produkte im Handel (eher seltener Direktbeschaffung beim Hersteller).
- Bei Spezialreinigungsprodukten (z.B. Glas) gibt es eine stärkere Markenverbundenheit als im Massenmarkt.
- Bei Geräten liegt die Qualität im Fokus, während bei Verbrauchsprodukten vor allem der Preis eine Rolle spielt.



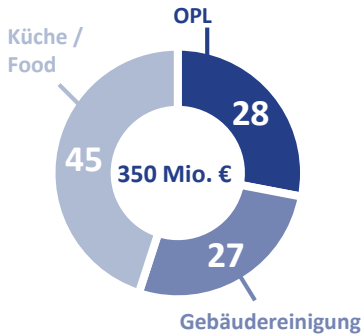


Reinigungschemikalien

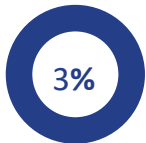
Kurzossier - Zahlen, Daten, Fakten



Marktübersicht



Wachstum



Anbieter



Potential

Nachhaltige Reinigungsmittel haben ein wachsendes Potential
Klassische Reinigungsmittel sind eher stagnierend

Aktuelle Trends und Entwicklungen

- Produkte werden durch Service und Hygienepläne attraktiver gemacht.
- Produktinnovationen, welche auch als solche von Kunden wahrgenommen werden, sind selten und haben eine geringe Halbwertszeit.
- Öko-Label in Verbindung mit Arbeitsschutz rücken immer stärker in den Fokus (>9%).
- Durch digitale Lösungen, gerade im Bereich Schulungen wird Aufwand minimiert und ein Produktwechsel erleichtert.
- Vor allem Bereiche wie Küchenreinigung und Sanitärreinigung werden immer wichtiger.
- Zur Reduktion des Logistikaufwands bevorzugen Reinigungsdienstleister immer häufiger Feststoffreiniger oder in wasserlöslichen Beuteln portionierte Konzentrate.

Kaufentscheidungskriterien aus Kundensicht

- Eine einfache Handhabung (z.B. Dosieren) hat für Käufer und Anwender eine hohe Priorität und wird durch entsprechende Verpackungen (z.T. mit Piktogrammen) maßgeblich unterstützt.
- Effektivität (Flächenleistung), Qualität und Kosten bleiben entscheidende Faktoren beim Kauf von klassischen Reinigungsmitteln.
- Auch Service, Hygienepläne und digitale Leistungen steigern aus Käufersicht die Attraktivität.
- Produkte, mit denen Käufer positive Vorerfahrungen haben, werden bevorzugt (kein erneuter Schulungsaufwand).

Quellen: Experteninterviews DTO Research





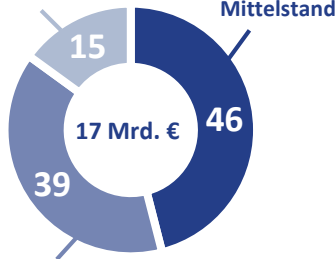
Gebäudereinigung

Kurzossier - Zahlen, Daten, Fakten



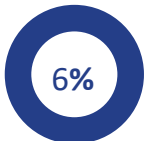
Marktübersicht

Kleinunternehmen
>500k



Großunternehmen

Wachstum



618.000
Beschäftigte

Anbieter



ca. 90%
Innungsmitglieder

Potential

Moderat im Kerngeschäft, da hohe Marktsättigung
Wachstumspotential vor allem durch Differenzierung

Marktcharakteristika

- Der Markt ist stark preisgetrieben und aus Kundenperspektive eher unübersichtlich.
- Die Leistungen sind für Kunden oft nicht sichtbar und somit unterbewertet, was eine aufwändige Kommunikation erfordert.
- Personalaufwendungen bleiben die größte Kostenposition (ca. 95% und mehr), während Produkte und Maschinen selten mehr als 5% der Gesamtkosten ausmachen.
- 79 Prozent Unterhaltsreinigung und 92 Prozent der Fenster- und Glasreinigung sind an Subunternehmen ausgelagert, was aus Kundensicht die Transparenz verringert.
- Es besteht ein hoher Anteil an geringqualifizierten Quereinsteigern und hohe Fluktuation.
- Eine starke Konsolidierung auf dem Dienstleistermarkt bewegt die Branche.

Aktuelle Trends und Entwicklungen

- Es besteht eine zunehmend größere Nachfrage nach digitalen Lösungen zur Verbesserung der Servicequalität und Kommunikation mit dem Kunden.
- Ein großes Entwicklungspotential existiert zudem in der Steigerung der Sicherheit und Effizienz in operativen Prozessen sowie in einer stärkeren Integration des Reinigungspersonals in den Problemlösungsprozess.
- Während große Dienstleister ihr Leistungsportfolio erweitern, sind kleinere Dienstleister meist von einem starken Preisdruck betroffen. Letztere tun sich aktuell noch schwer konkurrenzfähige Leistungen außerhalb ihres Kernbereichs anzubieten.

Quellen: Experteninterviews DTO Research; Bundesinnungsverband des Gebäudereiniger-Handwerks





Advancing Clean.
Driving Innovation.

Kontakt ISSA

ISSA EMEA
Anni-Eisler-Lehmann-Str. 3
55122 Mainz

+49 6131 / 636 782-0
emea@issa.com
www.issa.com/emea



Cleaning Markets
Research for cleaning, hygiene & medical

Kontakt Cleaning Markets

Michael Di Figlia
DTO Research – eine Marke der DTO Consulting GmbH
Benrather Schloßallee 33
40597 Düsseldorf

+49 211 / 179 660-0
info@dto-research.de
www.dto-research.de