

Digitalisierung ist gut für die Kundenbindung

Henning Facility Services GmbH ist mit gut 1500 Mitarbeitern einer der größten Reinigungs- und Facility-Dienstleister im Norden Deutschlands. Seit rund einem Jahr stellt die Henning Gruppe in Kooperation mit der Business Solution for Services Gruppe (BSS Gruppe/BSS Nord) sukzessive auf digitale Prozesse um.

Ein Gespräch mit Karsten Winkler, Projektmanager bei der Henning Gruppe über Kundenbindung, das Einfache an Cloud-Lösungen und das Verhältnis von Digitalisierung und Wertschätzung der Reinigungsbranche.



© Henning Facility Services GmbH

Herr Winkler, was haben Digitalisierungsprozesse mit Kundenbindung zu tun?

In der Vergangenheit erreichten uns Kundenanfragen oder auch Reklamationen über alle möglichen Kanäle und gingen an alle möglichen Empfänger in der Firma. Uns fiel dann auf, dass wir die Kundenbindung gerade bei langjährigen Kunden verbessern können, wenn wir ihnen die Chance bieten, Anfragen oder auch Reklamationen direkt in ein Portal zu stellen. Das hat gut funktioniert. Dann haben wir uns weitere analoge Prozesse näher angesehen, davon gibt es in der Gebäudereinigung ja so einige, und bilden nun von Geräteverwaltung bis Zeiterfassung alle nach und nach digital ab. Was wir uns auf jeden Fall vorgenommen haben, ist mit Kunden weiter darüber im Gespräch zu bleiben, wie sich Zusammenarbeit vertiefen lässt und welche Tools wir dafür einsetzen können.

Ihr zentrales ERP-System ist Microsoft Dynamics 365 Business Central (ehemals Dynamics NAV-Navision). Bei Ihrer Digitalisierungsstrategie haben Sie aber von vornherein auf den Ausbau der Hardware verzichtet und mieten Software in der Cloud.

Ja, mit Dynamics 365 haben wir ein starkes System im Hintergrund, das über Schnittstellen auch viele weitere Prozesse ermöglicht wie zum Beispiel SharePoint-Formulare einzubinden. Und Cloud-Lösungen sind definitiv einfacher zu handhaben. Ein lokaler Server ist wartungs- und kostenintensiv und unser alter Server war dringend renovierungsbedürftig. Wir nutzen jetzt die Microsoft Cloud. Der gesamte Prozess ist insofern auch spannend, wenn man in einem wachsenden Unternehmen arbeitet. Wir können die Leistung und die Kapazitäten nun quasi per Knopfdruck erhöhen, ohne Rücksicht auf Serverkapazitäten nehmen zu müssen. Und wenn man sich die großen

Rechenzentren heute ansieht, besteht hier ja auch eine große Zuverlässigkeit und Sicherheit.

Sie haben im März letzten Jahres mit den ersten Umstellungen begonnen und sind seit 01.01.2021 live im System. Wie fällt die Bilanz nach gut einem Jahr aus?

Die Bilanz fällt positiv aus. Wir sparen ja nicht nur viel an Material ein, wie Papier und Druckertoner, auch die Versandkosten sind geringer, da wir alle Kundenprozesse digital abbilden, dazu Dienstpläne oder Dienstbücher. Nächste Schritte sind für uns auch für kleinere Kunden Nachweise auf dem Tablet zu ermöglichen, die Zeiterfassung umzustellen und interne Formulare, zum Beispiel Urlaubsanträge, Prüfprotokolle und weiteres zu digitalisieren.

Digitalisierung ist in der Reinigungsbranche zwar ein aktuelles Thema, aber die Wettbewerbsvorteile werden nicht überall wahrgenommen. Sie sind aus einem Industriebetrieb in die Branche gewechselt, wie sehen Sie das, quasi im Vergleich?

In der Reinigungsbranche wird Digitalisierung immer noch stiefmütterlich behandelt, so meine Erfahrung. Das betrifft nicht etwa die großen Player, die andere Voraussetzungen haben. Aber bei KMU sehe ich definitiv Nachholbedarf. Gleichzeitig ist der Markt schnelllebig, die Forderungen von außen, also von Seiten der Kunden, nehmen zu. Kunden, die keine Ausschreibungspflichten haben zum Beispiel, sollte man nun mit allen Mitteln an sich zu binden versuchen. Und auch da wollen wir mit digitalen Schritten vorweg gehen.

Gibt es weitere Vorteile, die aus Ihrer Sicht in naher Zukunft zum Thema werden könnten? Vielleicht auch noch unter dem Aspekt Kundenbindung und Kundenzufriedenheit?

Wir sehen zum Beispiel auch, dass wir immer mehr bedarfsorientierte Dienstleistungen erbringen. Pauschalleistungen, wie wir sie heute noch oft haben, fallen vermutlich irgendwann weg. Bedarfsorientierung ist mit digitalen Systemen einfacher umzusetzen, weil sie uns flexibler machen. Wir reagieren schneller auf Anfragen, es geht eventuell ad hoc, falls irgendwo eine Leistung nötig ist, lässt sich das über digitale Tools schnell kommunizieren, weiterleiten und umsetzen. Wir müssen also keine langen Leitungen pflegen, die eben kundenunfreundlich sind, sondern können Vorteile nutzen, die wir hier schon zur Verfügung haben.

Auch in diesem Zusammenhang würde ich mir aber einen noch besseren Dialog mit den Kunden wünschen. In der Lebensmittelbranche beispielsweise müssen wir mit immer mehr Vorgaben umgehen. Gleichzeitig ist Reinigung etwas, womit sich viele Kunden möglichst nicht befassen wollen, wovon sie möglichst wenig mitkriegen wollen. Das trägt nicht unbedingt dazu bei, die Wertschätzung für unsere Dienste zu erhöhen. Auch da sehen wir Chancen, durch bessere Kundenbindung einiges zu erreichen. Das geschieht nicht zuletzt, indem wir die Projekte zusammen mit unseren Kunden und auch im Interesse unserer Kunden digital umsetzen.