

## EDITORIAL



PIETER POLDERVAART

Verantwortlicher Redaktor  
pieter.poldervaart@rationell-reinigen.ch

## DIGITAL PLANEN, REAL REINIGEN

Virtual Reality findet nach und nach seinen Weg nicht nur in unseren privaten Alltag, sondern auch in die Berufswelt. So erkennt auch die Reinigungsbranche immer mehr das Potenzial der technologischen Entwicklung. Im Rahmen einer Fallstudie an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) sammelte sie erste Erfahrungen damit. So lassen sich durch 3D-Scans und 360-Grad-Touren Räume virtuell begehen. Dieses Verfahren kann beispielsweise bei der Vergabe von Reinigungsaufträgen von Nutzen sein, etwa für die Besichtigung und Einschätzung von Gebäuden. Denn begeht man das Objekt individuell und virtuell, können Zeit- und Konkurrenzdruck vermieden werden. Die ineffiziente Besichtigung vor Ort mit unzähligen Bewerbern gehört so schon bald der Vergangenheit an, was gerade in Zeiten von Corona doppelt sinnvoll ist. In Zusammenarbeit mit der Immobilienabteilung der Stadt Wädenswil entwickelte die ZHAW ein Digitalisierungskonzept für die Begehung auf Distanz und begleitete das Projekt technisch, von der Umsetzungsstrategie bis hin zur Erstellung der Virtual Reality Tours.

Wie die Studie im Detail verlief und welche Chancen sich durch die 3-D-Technologie für die Studierenden aus dem Distanzunterricht ergaben, lesen Sie in unserem Schwerpunkt auf den Seiten CH4 bis CH6. Die Fallstudie «Reinigungskonzept» im Kurs Reinigungsmanagement zeigt zwar, dass das Verfahren gewinnbringend einsetzbar ist; die menschliche Arbeitskraft lässt sich trotz der Segnung der IT aber auch in Zukunft nicht ersetzen.

Ihr Schweiz-Redaktor  
Pieter Poldervaart

## REINIGUNG MIT PRONTO: KOMMUNIKATION SETZT AUF **B2C**

Durch das breite Angebot und den hohen Grad an Professionalität galt Pronto bislang eher als Partner grösserer Unternehmen und Institutionen. Eine neue Kommunikationskampagne der Werbeagentur Dachcom soll die Dienstleistungen des Ostschweizer Reinigungsunternehmens nun auch für Privatpersonen attraktiv machen. Für den leichteren Zugang zur neuen Zielgruppe wurde die Marke Pronto mit dem Beiwort «easy!» ergänzt. Kerngedanke der Kampagne sei, dass es Pronto der Privatkundschaft ganz einfach mache, «Pronto easy!» eben. Auch visuell nimmt die Kampagne die Botschaft «Easiness» auf: Minimalistische und humorvolle Illustrationen sorgen für Authentizität und stellen die verschiedenen Dienstleistungen für Privatkunden auf einfache Weise dar – ohne die Marke Pronto zu verändern.

## GEBÄUDEREINIGUNG: ZHAW UND DIVERSEY KOOPERIEREN IN DER **WEITERBILDUNG**

Kostendruck, Personalmangel, technologische Entwicklung, steigende Qualitätsansprüche und das Nachhaltigkeitsversprechen fordern Fachkräfte und Verantwortliche in ihrer Rolle als Koordinatorinnen und Planer einer effizienten Reinigungsstrategie. Um künftige Fachkräfte in der Gebäudereinigung angemessen zu schulen und auf die anstehenden Herausforderungen vorzubereiten, hat die Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) in Zusammenarbeit mit dem Trainingscenter Diversey einen Kurs zur Weiterbildung konzipiert, der sich hauptsächlich an die Studierenden des Bachelorstudiengangs Facility Management richtet.

Im halbtägigen Workshop «Gebäudereinigungspraxis» am Departement Life Sciences und Facility Management in Wädenswil lernen die Teilnehmer und Teilnehmerinnen ausgewählte Reinigungsmethoden und Aufgaben des Personals kennen. Das neue Praxiswissen hilft ►



Know-how aus der Praxis und die Fähigkeit, Probleme zu lösen, sind für die Branche entscheidend.