

Thema: Blitzblank

Autor: Janet Teplik

Interview Mario Reichel

BLITZBLANK: Ihr nachhaltiger Partner

Geschäftsführer Mario Reichel erklärt im Interview, warum Nachhaltigkeit, soziale Verantwortung und Digitalisierung Grundpfeiler seines Unternehmens sind. Von Janet Teplik



Geschäftsführer Mario Reichel setzt bereits seit zehn Jahren auf Nachhaltigkeit

ED: Nachhaltigkeit rückt immer stärker in das Bewusstsein der Menschen. BLITZBLANK ist bei dieser Thematik Vorreiter. Warum haben Sie sich schon vor Jahren entschieden, Ihren Fokus auf Nachhaltigkeit zu legen?

Reichel: Für mich war ausschlaggebend, dass ich Vater von drei Kindern bin und wir im privaten Bereich ver-

sucht haben, möglichst nachhaltig zu leben. Da habe ich mir schnell gedacht: Wir haben in unserem Unternehmen so viele Möglichkeiten, einen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten. Wir von BLITZBLANK sehen es als gesellschaftliche Verantwortung an, in diesem Bereich positiv zu wirken. Das Unternehmen existiert seit 87 Jahren. Wir haben den Weg vor mittlerweile

zehn Jahren begonnen und haben uns damals überlegt, wo wir die größten Hebel haben. Und das ist im Bereich der Reinigungsschemie. Dabei geht es vorrangig darum, Ressourcen zu sparen und nachhaltig zu arbeiten. Zu dem Zeitpunkt, wo wir begonnen haben, hat in unserer Branche noch niemand darüber nachgedacht. Wir haben mit dem Thema Nachhaltigkeit also nicht begonnen, weil es „sexy“ ist, sondern weil es tatsächlich eine Wertewelt unseres Unternehmens ist. Dabei hat es uns nie gestört, nicht am Puls der Zeit zu sein, und deswegen stört es uns jetzt auch nicht, am Puls der Zeit zu sein.

ED: Wie übersetzen Sie in Ihrem Unternehmen Nachhaltigkeit?

Reichel: Vor zwei Jahren bin ich das erste Mal mit SDGs in Berührung gekommen (Anm.: „Sustainable Development Goals“) und war begeistert, dass es einen Leitfaden gibt, an den man sich halten kann. Dabei sind wir darauf gekommen, dass wir zu jedem der SDGs etwas beitragen können. Wir haben diese nachhaltigen Ziele und Grundsätze zu einem zentralen Thema unserer Unternehmensstrategie gemacht, indem wir die Geschäftstätigkeiten den relevanten SDGs zugeordnet und klare Ziele festgesetzt haben. Unter anderem haben wir die MitarbeiterInnen geschult, wie sie die Reinigungsmittel richtig dosieren. Außerdem achten wir darauf, Reinigungschemie einzusetzen, die nachhaltig ist

Stefan Diesner

Thema: Blitzblank

Autor: Janet Teplik

und das österreichische sowie das europäische Umweltschutzzeichen trägt. Auch den Fuhrpark haben wir stark modernisiert. Zuerst haben wir Autos auf Hybridfahrzeuge umgestellt. Doch auch da entwickeln wir uns weiter, sodass wir nun einen beachtlichen Teil an Elektrofahrzeugen vorweisen können. Ein weiteres großes Thema ist die Vermeidung von Plastik, wie beispielsweise Müllsäcke oder Plastikhüllen für Akten. So haben wir es auch geschafft, ein Bewusstsein bei den MitarbeiterInnen zu erzeugen, die nun immer wieder neue Ideen einbringen, wie sich Nachhaltigkeit noch besser umsetzen lässt.

ED: BLITZBLANKs Claim ist ja „Ihr Nachhaltiger Partner“. Wie steht es in Ihrem Unternehmen mit der CO₂-Neutralität?

Reichel: Wir schaffen es natürlich nicht, gar keine Emissionen zu erzeugen. Doch mittlerweile sind wir komplett CO₂-neutral nach Scope 3. Das heißt, wir stehen für verursachte Emissionen gerade und gleichen sie an anderer Stelle wieder aus. Dabei achten wir darauf, dass nur transparente und international anerkannte Anbieter von Klimazertifikaten und Klimaschutzprojekte gefördert und zu fairen Zertifikatpreisen unterstützt werden. Aktuell läuft es bei uns über ein Wasserkraftprojekt.

ED: In Ihrem Unternehmen spielt neben der Nachhaltigkeit auch die soziale Verantwortung eine große Rolle. Wie äußert sich das bei BLITZBLANK?

Reichel: Die soziale Verantwortung ist bei uns im Unternehmen zum einen übersetzt in Gleichstellung der Geschlechter sowie Lohngleichheit und zum anderen in Chancengleichheit beim Aufstieg innerhalb des Unternehmens. BLITZBLANK ist eines der wenigen Reinigungsunternehmen, die auch im Management Frauen zu Wort kommen lassen – auch wenn Reinigung eine sehr traditionelle Branche ist. Das Wohl unserer MitarbeiterInnen, die wir als Familie betrachten, liegt uns dabei

sehr am Herzen. Zudem unterstützen wir karitative Projekte. Wenn man diese Projekte unterstützt und das nicht publik macht, dann geschieht es als hehres Ziel und nicht als Publicity-Maschine. Wir wollen soziale Verantwortung nicht nur nach außen kommunizieren, sondern tatsächlich leben.

ED: Sie sprachen eben von karitativen Projekten. Können Sie das genauer ausführen?

Reichel: Wir haben zum Beispiel eine große Kooperation mit Missio. Missio ist ein päpstliches Hilfswerk, also eine Entwicklungshilfe, die vor allem im afrikanischen Raum aktiv ist. Dieses Jahr ist Missio 100 Jahre alt geworden, und da haben wir noch einmal eins draufgesetzt und einen finanziellen Beitrag geleistet. Zudem schauen wir, dass die Spendengelder auch wirklich dort ankommen, wo sie gebraucht werden.

ED: Ein weiterer Schwerpunkt von BLITZBLANK ist das Thema Digitalisierung. In welchen Bereichen rüsten Sie in Ihrem Unternehmen diesbezüglich auf?

Reichel: Beim Thema Digitalisierung geht es wie bei der Nachhaltigkeit nicht um einen Modetrend, sondern um Erfolgsrezepte. Die Digitalisierung ermöglicht uns einfach, ressourcenschonend und effizient zu arbeiten. Beispielsweise schaffen wir damit mehr Transparenz beim Kunden, aber auch für die MitarbeiterInnen. Es kann digital erfasst werden, wann die Reinigung erbracht wurde. Das hilft nicht nur unseren Kunden, sondern auch allen Angestellten. Zudem werden wir ab Juli eine Mitarbeiter-App launchen. Diese ermöglicht den MitarbeiterInnen, sich miteinander zu vernetzen und über diese Plattform zu kommunizieren. Auch führen wir einen Feed ein, über den diverse Neuigkeiten verkündet werden, sowie ein Schwarzes Brett. Künftig können MitarbeiterInnen ihren Urlaub über die App eintragen. So möchten wir die Kommunikation untereinander fördern und das Bewusstsein für die BLITZBLANK-Familie vertiefen. Es ist uns wichtig, dass sich unsere Mit-



Soziale Verantwortung empfindet Mario Reichel auch für seine BLITZBLANK-Familie

arbeiterInnen als Gemeinschaft verstehen. Dabei ist „Familie“ kein Wort, das wir überstrapazieren, sondern auch ein gelebtes Modell.

ED: Wo sehen Sie BLITZBLANK in der Zukunft?

Reichel: Durch die Corona-Pandemie hat sich das Bewusstsein für Reinigung verändert. Die Menschen achten mehr auf Hygiene. Wir wollen das neu geschaffene Bewusstsein nutzen und noch weiter wachsen – immer mit dem Fokus auf Qualität und Ausbildung. Zudem wird es immer wichtiger, als Arbeitgeber attraktiv zu sein. Auch in diesem Bereich wollen wir uns weiterentwickeln, sodass wir die nächsten 87 Jahre als noch stärkeres, weiterhin geeintes Team bestreiten können. ■

Stefan Diesner

5-6/2022

extradienst S 265