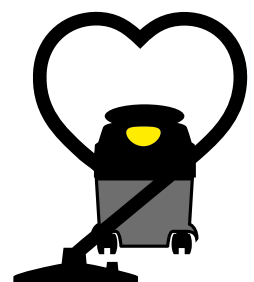


KÄRCHER

e-book

THANK YOUR CLEANER DAY 2021



**THANK YOUR
CLEANER DAY**

POWERED BY **KÄRCHER**



Wstęp	3
Thank Your Cleaner Day 2021	4
Thank Your Cleaner Day 2019, 2020 w Polsce	6
„W branży czystościowej najważniejsi są ludzie!”	7
Wywiad	
W jeden dzień dookoła świata!	11
W krainie azjatyckiego lwa, czyli Singapur świętuje TYCD	12
Kraj wolnych ludzi dziękuję pracownikom sprzątającym... (Tajlandia)	13
Kwietne podziękowania, czyli Holandia celebrowa TYCD	13
Wyspiarze zawsze w awangardzie... (Wielka Brytania)	14
Kraj Kwitnącej Wiśni wyraża wdzięczność za dobrze wykonaną pracę! (Japonia)	15
Powrót do przyszłości!	16
Wywiad	
Nasz umysł odpoczywa, gdy sprzątam	19
Nigdy więcej sprzątania?	23
Sprzątanie Anno Domini 2040	23
Sprzątanie budynków przyszłości	24
Dane - klucz do nowych modeli biznesowych	24
Przyszłość sprzątania	25
Wywiad	
Ja tu tylko sprzątam? Czy to naprawdę ‘tylko’?	28
Mówisz „sprzątaczką” myślisz...	28
Branża w liczbach	29
Sprzątanie w czasach zarazy, czyli wpływ pandemii na branżę globalnie	29
Fachowiec potrzebny od zaraz, czyli szkolenie przede wszystkim	30
Pandemia nasza powszednia	30
Twoi Klienci chcą być EKO	31
Czysto z automatu	31
Komunikacja przede wszystkim!	31
Lepiej zapobiegać, niż sprzątać!	32

Człowiek dla człowieka... i dla siebie samego – TYCD 2021

Niektórzy twierdzą, że sprzątanie służy medytacji. Neurobiologia i psychologia wyjaśnia, co sprawia, że sprzątanie może relaksować. I jak wpływa na nasze samopoczucie, koncentrację i zdrowie. Czy to dlatego w rankingu zawodów obdarzanych w Polsce szacunkiem (Ośrodek badania opinii społecznej SW Research 2021) pracownik sprząający znalazł się na 11 miejscu? Bezpośrednio za rolnikiem, a przed informatykiem i nauczycielem. Wydaje się, że dla polskiej branży czystościowej to dobry sygnał – bo ranking liczy 34 zawody. Ale pozycję nr 11 udało się uzyskać dzięki głosom niespełna 55% respondentów! Czyżby niewiele ponad połowa Polaków ceniła czystość wokół siebie? Co ciekawe znacząco mniej głosów (22% i niżej) uzyskały zawody, które na ogół łączymy z ważną pozycją społeczną: minister, radny, poseł lub wywieraniem wpływu: influencer, youtuber, działacz polityczny. Czy wobec tego deklarowany szacunek dla pracowników sprząających odnajdziemy w praktyce dnia codziennego? W relacjach międzyludzkich w środowisku zawodowym? Czy dbamy o to, by pracownicy wypełniający swe obowiązki zawodowe jakby w tle naszych aktywności, byli w naszych miejscach pracy doceniani? Co w tej kwestii dzieje się już dziś w Polsce i na świecie? Jaką przyszłość rysują specjaliści branży? I jak to (TYCD) się zaczęło...

Na te i wiele dalszych pytań znajdą Państwo odpowiedzi w niniejszym ebooku złożonym z wywiadów, analiz, ocen rynku i opinii ekspertów branży przygotowanym przez Kärcher w Polsce jako zaproszenie do wspólnego świętowania 20-go października Thank Your Cleaner Day 2021. Tak, by deklarowany szacunek pracownikom sprząającym wyrazić w praktyce! Pamiętajmy: dziękując drugiemu człowiekowi za to co robi dla nas, budujemy także siebie. Już samo słowo „dziękuję” wzmacnia optymizm, rozwija empatię, niweluje niepokój i ułatwia nawiązywanie dobrych relacji z ludźmi. Róbmy to dla siebie nawzajem i 20.10.2021 i na co dzień!

<https://www.youtube.com/watch?v=XudJUv-jBtc>

Jolanta Zachara

Kärcher Polska



□ Thank Your Cleaner Day 2021

**Podziękujmy osobom, które dbają o czystość!
20 października 2021 jest ich dzień.**

Thank Your Cleaner Day to inicjatywa, która ma na celu dowartościowanie i dostrzeżenie pracy osób sprzątających zawodowo w przestrzeni publicznej. W naszych miejscach pracy, szpitalach, szkołach, miastach. Już 20 października ponad 50 krajów świata, w tym po raz trzeci Polska, obchodzić będą to wyjątkowe święto.

Branża czystościowa jest jedną z najważniejszych z punktu widzenia funkcjonowania społeczeństw. Nie można wyobrazić sobie sprawnego działania żadnej instytucji czy firmy bez udziału osób, które każdego dnia dbają o czystość i porządek.

Branża zatrudnia miliony osób na całym świecie. Osób, które mają jeden cel - sprawić by nasze miejsca pracy były komfortowe i bezpieczne. Zapoczątkowana w 2015 roku w Nowej Zelandii przez firmę Kärcher kampania „Thank Your Cleaner Day” ma na celu przypomnieć nam wszystkim o znaczeniu pracy jaką codziennie wykonują osoby sprzątające, jak również o wadze tego obszaru w szerszym wymiarze funkcjonowania społeczeństw.

Na pokładzie jest już **ponad 50 krajów** pod każdą szerokością geograficzną. Od Australii po Dominikanę, od Singapuru po USA. W dniu 20 października 2021 r. Kärcher wesprze na całym świecie akcję Thank Your Cleaner Day i podziękuje wszystkim pracującym w branży czystościowej osobom.



W celu rozpropagowania tego szczególnego dnia wdzięczności osobom sprzątającym Kärcher buduje szeroką sieć sojuszników i partnerów, takich jak stowarzyszenia branżowe, firmy sprzątające etc. W Polsce patronatem znów akcję objęła **Polska Izba Gospodarcza Czystości**.

Cel jest zawsze, niezależnie od kraju jeden: podziękować i zwiększyć widoczność pracy osób sprzątających. W ramach obchodów mają miejsce rozliczne wydarzenia, takie jak wspólne grille, śniadania, słodki poczęstunek dla personelu sprzątającego itd. Akcja zatacza coraz szersze kręgi obejmując kolejne kraje.

Branża sprzątająca jest jedną z najważniejszych branż na świecie, ale często nie jest dostatecznie doceniana przez tych, którzy są beneficjentami jej działania. Aby zająć się tym tematem na arenie międzynarodowej i wyrazić większe uznanie dla osób sprzątających, Kärcher od samego początku wspierał projekt i będzie to nadal robił.

***Informacje o planowanych globalnych i lokalnych działaniach
można uzyskać od Kärcher Sp. z o.o.
lub online na stronie www.thankyourcleanerday.com.***

Thank Your Cleaner Day 2019, 2020 w Polsce

Choć ich praca bywa niedoceniana i niezauważana, to przecież bez niej nie mogłaby funkcjonować żadna firma czy instytucja. Zwłaszcza dziś, w dobie pandemii koronawirusa, przekonujemy się wszyscy jak ważne i potrzebne jest to zajęcie. O jakiej profesji mowa? O sprzątaniu. Pracownicy firmy Kärcher, by podziękować osobom dbającym o bezpieczeństwo i czystość w biurach firmy, nagrali specjalny film.

W 2019 po raz pierwszy i 2020 po raz drugi, obchodziliśmy powstały z inicjatywy firmy Kärcher – globalnego lidera technologii czyszczenia, dzień osób sprzątających zawodowo w przestrzeni publicznej. Thank Your Cleaner Day to okazja, by wszystkim tym, którzy codziennie dbają o porządek czystości oraz bezpieczeństwo w naszych miejscach pracy podziękować.

Z tej okazji grupa pracowników polskiej filii globalnego koncernu Kärcher przygotowała specjalny film dostępny na portalu YouTube.

Oglądaj film

Celem było podziękowanie i wyrażenie uznania dla ciężkiej, często niedocenianej, a obecnie w dobie pandemii, także i niebezpiecznej, pracy personelu sprzątającego.

W 2020 w ramach podziękowania firma podarowała także wszystkim pracownikom sprzątającym i ochraniającym biura Kärcher upominki w postaci myjek do okien WV Kärcher, pisemne wyrazy uznania oraz pendrivy z nagrany specjalnie dla nich filmem.

Planowana była uprzednio bardziej uroczysta oprawa wydarzenia, jednak ze względu na pandemię i zagrożenie epidemiczne organizacja uroczystego spotkania nie była możliwa.



„W branży czystościowej najważniejsi są ludzie!”

Wywiad z inicjatorką TYCD – Lilian Small

W 2021 roku Thank Your Cleaner Day odbędzie się 20 października. To już szósta edycja wydarzenia. Zaczęło się w 2015 roku, kiedy Lilian Small – mieszkająca w Nowej Zelandii managerka związana z branżą czystościową, zainicjowała działania, by wysiłki osób na co dzień dbających o czystość w przestrzeniach publicznych, w naszych biurach, szkołach, urzędach itd. spotkały się ze specjalnym podziękowaniem. Tak powstało święto Kärcher Thank Your Cleaner Day.

Pomysł okazał się strzałem w dziesiątkę! W tym roku, pod egidą firmy Kärcher, Thank Your Cleaner Day będzie świętowany w ponad 50 krajach świata. Zadaliśmy Lilian kilka pytań dotyczących tej inicjatywy. Jej odpowiedzi pokazują, że to dzień, za którym stoi także głęboka idea, jaką jest poszanowanie i docenienie wkładu osób sprzątających w nasze codzienne życie.

Natalia Bała (Kärcher Polska): Po pierwsze dziękuję, że zgodziłaś się na rozmowę. Pierwsze pytanie dotyczy tego jak narodził się pomysł na TYCD?

Lilian Small: Przed podjęciem pracy w Niemczech dla firmy Kärcher, spędziłam ponad 10 lat w branży utrzymania czystości. Najpierw jako Business Development Manager w dużej firmie produkującej materiały eksploatacyjne, która między innymi zaopatrywała firmy sprzątające, a następnie jako Dyrektor Generalny Stowarzyszenia Firm Budowlanych w Nowej Zelandii. Jedną rzeczą, która zawsze uderzała mnie przez lata w branży czystościowej, było to, że zatrudnione w niej osoby, były bardzo niedocenione, niezauważone, jak gdyby niewidzialne. To było dla mnie bardzo przykre. Kiedy rozmawiałam z osobą sprzątającą, zawsze mówiła o sobie, że jest „tylko sprzątaczką”. Ta samoidentyfikacja nigdy nie była dla mnie czymś dobrym. Ponadto, pracownicy sprzątający, odpowiedzialni za zdrowie, higienę i bezpieczeństwo swoich klientów na terenie obiektów, w których sprząтали, nigdy nie byli naprawdę postrzegani w bilansie jako jakakolwiek wartość. Zawsze tylko i wyłącznie jako koszt. Sprzątanie jest jedną z najważniejszych branż na całym świecie a tak niewiele osób to dostrzegało. Chciałam zmienić ten sposób myślenia. Przydać branży znaczenie i szacunek. Aby to zrobić, musiałam podkreślić wartość pracy osób sprzątających, która przecież zapewnia nam wszystkim bezpieczne otoczenie zawodowe, a także funkcjonowanie i rozrywkę w czystej, schludnej przestrzeni publicznej. TYCD był także świetnym sposobem na zbliżenie do siebie personelu sprzątającego i klientów. Specjalny dzień, w którym klienci poświęcili czas i wysiłek, aby dostrzec i docenić pracę, jaką wykonują osoby sprzątające. W końcu wszyscy lubimy czuć się docenieni i dowartościowani w naszej pracy.

NB: Czy podejrzewałaś, że w przyszłości będzie to tak duże międzynarodowe wydarzenie?

LS: Miałam nadzieję i wierzyłam, że tak może być. Zawsze wiedziałam, że jest to bardzo szczególny pomysł i chciałam współpracować tylko z głównym sponsorem, który jest globalny i żywi taki szacunek dla branży, na jakim mi zależało. Gdy tylko pojawił się Kärcher jako partner, wiedziałam, że kampania zakończy się sukcesem. Kärcher był pierwszą i jedyną firmą, którą poprosiłam o zaangażowanie. Moją wizją jest, aby ponad 100 milionów firm sprząających na całym świecie było docenianych każdego dnia. Jeśli Thank Your Cleaner Day zachęci wszystkich do powiedzenia po prostu „Dziękuję” w ten jeden dzień w roku, to doskonale.

NB: Jaki powinien być główny cel TYCD?

LS: Thank Your Cleaner Day to dzień, który przypomina ludziom, że jest to profesjonalna branża, w której najważniejsi są ludzie. To dzień, w którym należy powiedzieć słowo „dziękuję” każdej osobie sprząającej, którą widzimy lub z którą mamy kontakt. Można też na przykład zostawić takiej osobie karteczkę z podziękowaniem, co na pewno zostanie miło odebrane. Czasami możemy w ogóle nie widzieć osób sprząających, ponieważ często pracują one i sprząają budynki, gdy my wracamy po pracy do domu. Zauważam też, że często ludzie myślą o sprzątaniu tylko wtedy, gdy nie jest ono wykonane, co jest dość znamienne. Zastanówmy się chwilę, czy można w ogóle sobie wyobrazić świat, w którym nie byłoby branży czystościowej? Niemożliwe.

Oprócz tego, ten dzień ma inny cel, gdyż jest okazją dla klienta i personelu sprząającego, aby zbudować ze sobą lepsze relacje. Czasem rozmowy między klientem a osobami z firm sprząających dotyczą kwestii takich jak reklamacje lub ceny. Ten dzień – TYCD - pozwala na zmianę tematów rozmów i dzięki temu lepsze partnerstwo biznesowe. Poza tym, osoby sprząające pomagają zwiększyć produktywność zatrudnionych w firmach osób! Nie żartuję. Badania naukowe potwierdzają, że pracownicy, którzy w brudnym, nieuporządkowanym i niehigienicznym otoczeniu mają realizować swe zadania, są mniej produktywni. Dlatego sprzątanie biur powinno gościć w tabeli kosztów i zysków także i po tej dodatkowej stronie!

NB: TYCD zaistniało kilka lat przed pandemią, która udowodniła, że wszyscy, którzy nie docenili branży czystościowej i osób w niej zatrudnionych, nie mają racji. Jak Twoim zdaniem pandemia zmieniła sposób w jaki postrzegamy personel sprząający i jego zadania?

LS: Świetne pytanie. Pandemia sprawiła, że zapewnienie czystości i higieny, sprzątanie stało się kwestią istotną, zauważalną. Wierzę, że jest więcej zrozumienia dla różnicy pomiędzy czystością a higieną. Tylko



dlatego, że coś wygląda na czyste nie oznacza, że takie jest. Uważam, że ludzie są bardziej świadomi - na przykład tego jak ważna jest sprawa higieny rąk oraz czyszczenia i odkażania powierzchni. Bardzo interesujące było dla mnie również to, że w pierwszych dniach pandemii tak wiele uwagi poświęcono pracownikom służby zdrowia, którzy oczywiście są bohaterami. Ale tak naprawdę to pracownicy służby zdrowia jako pierwsi dostrzegli pracę, jaką wykonują sprzątaczkі. W szpitalu, to właśnie sprzątaczkі i ich praca mogą sprawić, że placówka będzie mogła działać. Od czystości w takim miejscu, jak szpital zależy ludzkie życie i zdrowie, to nie jest błaża kwestia! Ponadto ludzie są o wiele bardziej baczni w obserwowaniu, jakich narzędzi i sprzętu używa personel sprząający. Sama, ale to może kwestia nawyku zawodowego, zawsze zwracam na to uwagę. Czy to w centrum handlowym, czy gdziekolwiek, gdzie widzę osobę, która sprząta.

NB: Co Twoim zdaniem stanie się w przyszłości z tą inicjatywą?

LS: Mam nadzieję, że będzie się ona nadal rozwijać na całym świecie i nie odbiegnie od pierwotnego pomysłu, którym było i jest docenienie wagi branży. Sprzątanie nigdy nie powinno być postrzegane jako niedoceniany sektor. Podnoszenie świadomości, szacunek i wdzięczność dla sektora usług czystościowych jest tym, co pozwoli wprowadzać innowacje, nowe technologie i przyciągać nowych ludzi do pracy w branży. Sprzątanie może być karierą z wyboru! Jestem o tym przekonana. Nikt nie powinien odczuwać wstydu z racji pracy w branży czystościowej, przeciwnie jest to powód do dumy z tego, że wykonuje się pracę potrzebną społecznie i wartościową!

NB: Na koniec chciałabym zadać bardziej nieoficjalne pytanie. Jak Ty w swoim życiu prywatnym postrzegasz sprzątanie w domu? Lubisz porządki, czy jest to po prostu kolejna rzecz, którą musisz zrobić?

LS: Zostałam wychowana w szacunku do swoich rzeczy i otoczenia, a najlepszym sposobem na to, było utrzymywanie czystości i porządku. Jako dorosła osoba wiem, że otoczenie ma wpływ na moje samopoczucie. Nie mam nic przeciwko sprzątananiu, wolę czysty, zorganizowany i schludny dom. Sprzątam zawsze po kolei cały dom, myślę, że zostało mi to wpojone w procesie wychowania przez rodziców. Przyznam jednak, że ostatnio mój rozkład dnia jest tak napięty, że trudno wykroić choć chwilkę, to korzystam z pomocy fachowców, którzy dwa razy w tygodniu zajmują się sprzątaniami, myciem okien, łazienki etc. Cenię niezwykle ich pracę! Są w tym, czym się zajmują, naprawdę świetni i z pewnością zasługują na wyrazy uznania!

NB: Bardzo dziękuję za tę rozmowę!

Kto jest odpowiedzialny za sprzątanie w naszych gospodarstwach domowych?



47%



79%

„Jestem kobieta pracującą, żadnej pracy się nie boję” te słowa pochodzą z serialu „Czterdziestolatek” i doskonale podsumowują odpowiedzi Polek.

W 2020 roku 79% ankietowanych mieszkanek z Polski na pytanie: „Kto odpowiada za porządki w Twoim domu?” powiedziały, że właśnie one. Takiej samej odpowiedzi udzieliło tylko 47% mężczyzn.

W 2020 roku na zlecenie firmy Kärcher, instytut badań rynkowych Dynata przebadał 11 360 osób w wieku od 18 do 65 lat z jedenastu krajów, w tym uczestników z Belgii, Brazylii, Chin, Niemiec, Francji, Wielkiej Brytanii, Japonii, Holandii, Polski, Rosji i USA. Wyniki reprezentatywnej ankiety online zostały uporządkowane według płci, wieku i regionu. Badania dotyczące zwyczajów sprzątania przeprowadzane są na zlecenie Kärcher od 2017 roku.

□ W jeden dzień dookoła świata!

Jak na całym świecie obchodzony jest Thank Your Cleaner Day?

W zapoczątkowanym w 2015 w ojczyźnie Hobbitów, zielonej Nowej Zelandii, święcie branżowym – Thank Your Cleaner Day, w tym roku weźmie udział już ponad 50 krajów. Przez ostatnie sześć lat wydarzenie to nabierało rozmachu i rozpędu, rozszerzając się na kolejne kraje. Coraz częściej potrzeba docenienia pracy osób sprząających zawodowo w przestrzeni publicznej jest dostrzegana. Pandemia Covid-19 ten proces dodatkowo przyspieszyła. Doświadczaliśmy teraz, że jakość pracy osób z sektora czystościowego może istotnie wpływać i na nasze zdrowie, i na możliwość prowadzenia działalności gospodarczej. To m.in. codzienne wysiłki w utrzymaniu czystości zmniejszają w miejscu pracy zagrożenie epidemiczne. Nikt już dziś nie ma wątpliwości, że pracownicy sprząający to kolejni bohaterowie, którzy w chwili próby nie zawiedli. Wykonywali swoją pracę, dbając o bezpieczeństwo, zdrowie i komfort nas wszystkich. Jak dziękowano im na przestrzeni lat od Wielkiej Brytanii czy Holandii po Singapur, Japonię i Tajlandię? Przekonajmy się!

Jak ważna jest dla Nas czystość w Naszych domach?

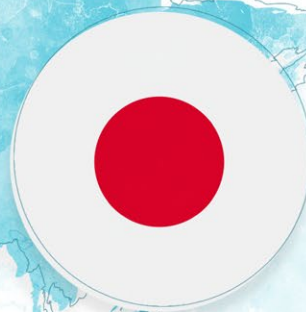
Czystość jest ważna dla wszystkich, niezależnie od szerokości geograficznej.



98%



97%



78%

Polska od lat należy do krajów, w których mieszkańcy cenią czystość najbardziej. W 2020 roku aż 97% wszystkich respondentów z Polski stwierdziło, że czystość w domu jest ważna lub bardzo ważna. „Wyprzedzają” nas tylko mieszkańcy Brazylii – 98% respondentów podkreśliło istotność czystości w domu

Dadanie przeprowadzone w 2017 roku. 2020: Na zlecenie firmy Kärcher, instytut badań rynkowych Dynata przebadał 11 360 osób w wieku od 18 do 65 lat z jedenastu krajów, w tym uczestników z Belgii, Brazylii, Chin, Niemiec, Francji, Wielkiej Brytanii, Japonii, Holandii, Polski, Rosji i USA. Wyniki reprezentatywnej ankiety online zostały uporządkowane według płci, wieku i regionu.

W krainie azjatyckiego lwa, czyli Singapur świętuje Thank Your Cleaner Day

To niezwykle piękne, atrakcyjne turystycznie państwo azjatyckie jest także potęgą gospodarczą. Słynie z innowacji i technologii i bardzo dynamicznie się rozwija. Nazwa Singapur pochodzi od sanskryckich słów: simha (lew) i pura (miasto). Dlatego też nazywane bywa Miastem Lwa. W Singapurze działa także z sukcesami przedstawicielstwo firmy Kärcher. Tamtejsi pracownicy postanowili w 2018 roku dołączyć do inicjatywy Thank Your Cleaner Day.

Od pierwszej edycji mocno postawili na budowanie szerokiego partnerstwa zarówno z podmiotami komercyjnymi – firmami sprzątającymi i stowarzyszeniami je zrzeszającymi, jak również ze stroną rządową. Silnym akcentem było zaangażowanie władz kraju i to najwyższego szczebla. Wszystko zostało obudowane świetną, szeroko zakrojoną kampanią medialną, także w mediach społecznościowych. W 2019 Singapurczycy zorganizowali również specjalny konkurs, do udziału w którym zaprosili młodych: uczniów i studentów. Wymagał on przygotowania materiału wideo obejmującego temat TYCD. Spłynęło ponad 80 nagrań, który były emitowane w kanałach social mediowych firmy Kärcher Singapur. Najlepszą pracę konkursową, podczas specjalnej gali, wyróżnił sam Prezydent Singapuru wraz z Ministrem Środowiska tego kraju. Prawda, że kreatywnie?

W 2020 Singapur znów nie zawiódł oczekiwań! Nawiązano partnerstwo w firmą ISS – dużą spółką świadczącą usługi czystościowe w wielu krajach świata. Te wspólne działania i ponownie wsparcie rządowe, zapewniły sukces. Kärcher TYCD był szeroko obecny w mediach zarówno drukowanych jak i radio i telewizji. Też jesteście ciekawi co też wymyślą w tym roku? My też! Na pewno warto się temu przyglądać.



Kraj wolnych ludzi dziękuję pracownikom sprzątającym, czyli lecimy do Tajlandii

Kraj zapierająca dech w piersiach krajobrazami i kuszący egzotyką – Tajlandia (w języku tajskim „thai” to po prostu wolny). Tajlandia jest też nazywana „krajem uśmiechu”, co wiązać należy z kulturą Tajów, dla których ukazywanie negatywnych emocji jest uznawane za przejaw słabości. Zatem wszystkie emocje i te złe i te dobre Tajowie wyrażają uśmiechem. Może też dlatego jest tak chętnie wybierana przez zapalonych podróżników jako cel wakacyjnych wyjazdów?

W tym kraju również obchodzony jest Thank Your Cleaner Day. W 2020 roku zorganizowano huczne obchody. Przygotowano piękne dekoracje dla uświetnienia wydarzenia i zastawiono stoły słodkościami syngowanymi logotypem TYCD. Zaproszeni pracownicy sprzątający otrzymali specjalne nagrody i dyplomy z wyrazami uznania. Wydarzenie relacjonowano w portalu społecznościowym dla profesjonalistów – LinkedIn. Relacje cieszyły się dużą popularnością i zaledwie w 20 dni zostały wyświetlone ponad 6 100 razy!

Kwietne podziękowania, czyli Holandia celebryje TYCD

Ojczyzna tulipanów jest słusznie dumna z tych pięknych kwiatów, jest też z nimi jednoznacznie kojarzona. Nie mogło zatem kwiatów zabraknąć w świętowaniu Thank Your Cleaner Day, choćby pośrednio... Holendrzy w 2020 roku własnoręcznie wykonali z elementów urządzeń Kärcher piękne i designerskie wazon-y do kwiatów! Taki spersonalizowany, wykonany metodą „hand made” upominek musiał być czymś szczególnie cennym. Święto podkreślił event, w trakcie którego pracownicy świadczący usługi czystościowe otrzymali te wyjątkowe wazon-y i specjalne wyrazy uznania.

Działaniom towarzyszyły kampanie w mediach społecznościowych i tradycyjnych.





Wyspiarze zawsze w awangardzie, czyli Wielka Brytania wyraża wdzięczność w ramach TYCD

Na Wyspach wszystko odbywa się inaczej. Począwszy od ruchu lewostronnego samochodów, poprzez wyjątkowe gniazda elektryczne, skończywszy na interesującej koncepcji mycia rąk w umywalkach wyposażonych w oddalone od siebie krany wody zimnej i gorącej. Na Thank Your Cleaner Day Brytyjczycy także mają swój własny sposób. Po hucznych i jak najbardziej, jak to możliwe offlinowych obchodach w 2019, wydarzenie w 2020 musiało wyglądać inaczej. Pandemia sprawiła, że TYCD 2020 w UK otrzymał pełną formułę online.

Bardzo szeroko trafiono do mediów dzięki sprawnym działaniom PR. Ukazał się szereg publikacji zarówno w prasie drukowanej jak i w internecie. Wydarzenie odbiło się też szerokim echem w mediach społecznościowych. I to nie tylko na kanałach organizatora – Kärcher UK, ale także u wielu firm partnerskich, które dołączyły do projektu. Brytyjczykom udało się zbudować szeroką koalicję firm branży czystościowej wokół tej inicjatywy.



Kraj Kwitnącej Wiśni umie wyrazić wdzięczność za dobrze wykonaną pracę!

Japonia jest znana z tego, że kwestia honoru osobistego i okazywania szacunku dla drugiego człowieka jest bardzo ważna. Dlatego nie dziwi fakt, że pracownicy Kärcher Japonia zaangażowali się w obchody TYCD 2020 ze szczególną starannością.

Skupili wokół wydarzenia **ponad 20 firm** sektora czystościowego, a na terenie całego kraju rozdano ponad 7 tysięcy maseczek ochronnych z logo wydarzenia.

Szeroko obecna w mediach informacja o wydarzeniu oraz tradycyjne, pełne szacunku wręczenie upominków bohaterom tego dnia, to wszystko odbyło się w 2020 – roku niełatwym z powodu pandemii. Nie powstrzymało to jednak Japończyków od wyrażenia swej wdzięczności pracownikom sprzątającym - osobiście.

W tym roku pracownicy Kärcher z powyższych państw, a także po raz kolejny Kärcher Polska obok innych przedstawicielstw Kärcher z ponad 50 krajów weźmie udział w TYCD.

Warto być z nami tego dnia.

Więcej informacji o inicjatywie w Polsce dostępne jest pod adresem:

<https://www.kaercher.com/pl/thank-your-cleaner-day.html>

Powrót do przeszłości!

Wywiad z Pawłem Szybiszem, Prezesem Polskiej Izby Gospodarczej Czystości

Jak wyglądają realia branży czystościowej w Polsce? Kto może na ten temat powiedzieć więcej niż Prezes Polskiej Izby Gospodarczej Czystości? Porozmawialiśmy o tym, jak sektor zmienił się na przestrzeni trzech ostatnich dekad. Co przed nim a także jak pandemia wpłynęła na społeczny odbiór pracowników sektora utrzymania czystości.

Natalia Bała (Kärcher Polska): Lata 90' to szalona dekada zmian w naszym kraju. Do dziś pamiętam zapach pasty do podłóg, którą pani woźna pastowała szkolne korytarze na wysoki połysk. Dziś chyba już się tego nie stosuje. Jakie jeszcze „nawyki” czystościowe które dawniej były stosowane, dziś odeszły w niepamięć?

Paweł Szybisz: Ostatnie 30 lat to swego rodzaju rewolucja w branży. Wcześniej pracę tą wykonywały osoby nie posiadające żadnej wiedzy. Zamiast mopa była „szara szmata” owinięta na miotle. Zamiast odpowiedniego środka czyszczącego – płyn do naczyń stosowany do wszystkiego oraz chlor. W toaletach mydło położone na zlewie i jakiś materiał na haczyku do wytarcia rąk. Niestety zdarzają się jeszcze miejsca gdzie taki widok można zastać. Co utwierdza nas w przekonaniu, że pomimo dużego postępu, mamy jeszcze wiele do zrobienia.

NB: Jak Pana zdaniem zmieniło się na przestrzeni lat społeczne postrzeganie osób sprzątających zawodowo? Na plus czy raczej na minus? I dlaczego tak się Pana zdaniem stało?

PS: Zdecydowanie sposób postrzegania uległ zmianom. Wcześniej osoby zajmujące się sprzątaniem były pracownikami danej placówki, taki „swój człowiek”. Pani Krysia, którą wszyscy znali. Teraz w dużej części są to pracownicy firm zewnętrznych – przeszkoleni i wyposażeni w odpowiedni sprzęt. Pomimo wielu zmian, świadomość znaczenia osób sprzątających zawodowo jest zależna od człowieka.

W niektórych formach pracownicy są szanowani, ponieważ odbiorcy mają świadomość, że warunki w jakich przebywają przez większą część swojego życia, ma wpływ m.in. na ich zdrowie. Nie wspominając już o wizerunku danego przedsiębiorcy. Kto chciałby wejść do banku, gdzie kawa jest rozlana na podłogę, z koszy wypadają śmieci, nie wspominając już o nieprzyjemnym zapachu.

W Polskim społeczeństwie istnieje jeszcze stereotyp, że „jak nie będziesz się uczyć, skończysz jako sprzątaczką”. Niestety mało kto wie, że wbrew pozorom jest to ciężka i odpowiedzialna praca, wymagająca również pewnej wiedzy.

Jeżeli chcemy zapoczątkować zmianę postrzegania sprzątaczek, musimy zacząć od siebie. Dobrym początkiem jest święto „Thank You Cleaner Day” ale pamiętajmy, że ich dzień powinien być codziennie.

NB: Jaka przyszłość czeka rynek branży czystościowej?

PS: Na to jak ewoluuje branża wpływ mają zmiany materiałów oraz sytuacja na rynku pracy – coraz mniejsza dostępność pracowników wpływa na automatyzację i cyfryzację pracy.

Rynek branży czystościowej cały czas intensywnie się rozwija i dostosowuje do potrzeb klientów oraz dostępnych materiałów, z których wykonano obiekty na których świadczone są usługi.

Producenci chemii ciągle modyfikują swoje receptury aby produkty były skuteczne, bardziej bezpieczne i ekologiczne. Również urządzenia dostosowują się do zmian.

Przykładem są zautomatyzowane maszyny, wykorzystywanie nowoczesnych narzędzi technologicznych już z aplikacji w telefonie. Jednak jeden czynnik pozostanie jeszcze przez długi czas niezastąpiony – ludzie.

Niezależnie od automatyzacji nasza branża opiera się na personelu sprzątającym. Dostępne rozwiązania ułatwiać będą im pracę, ale ich nie zastąpią.

NB: Jakie kompetencje są teraz kluczowe u osób chcących związać swoją karierę z tą branżą?

PS: Potrzebne kompetencje będą różne w zależności od miejsca w branży, jakie dana osoba będzie chciała zająć (otworzyć firmę, czy np. pracować jako technolog). Na pewno umiejętności interpersonalne są najważniejsze naszym sektorze. Branża opiera się na pracy ludzi i z ludźmi. Równie ważna jest wytrwałość i nastawienie na rozwój. Chcąc nadążyć za zmianami jakie oferuje rynek, nieustanna edukacja to podstawa, aby nie zostać w tyle.

NB: Ścierka i woda w wiadrze. Tak to wyglądało dawniej. Teraz chyba czyszczenie jest o wiele bardziej kompleksowe i zaawansowane technologicznie?

PS: Branża w przeciągu ostatnich lat bardzo się rozwinęła. Zdecydowanie sprząatanie dzięki dostępnej technologii jest bardziej wydajne. Postęp technologiczny w okresie ostatnich lat jest w każdej dziedzinie życia bardzo intensywny. Firmy świadczące usługi utrzymania czystości mają duży wybór produktów czyszczących, urządzeń, jak i drobnego sprzętu o jakim 30 lat temu nikt nawet nie marzył. Niestety często infrastruktura, układ pomieszczeń i materiały wykorzystane w budynku nie pozwalają na korzystanie z niektórych rozwiązań dostępnych na rynku.

NB: Jak Pana zdaniem pandemia wpłynęła i w przyszłości wpłynie na branżę? Wszyscy przekonaliśmy się że czystość jest kluczowa a dezynfekcja to nie czyjś wymysł a realia potrzebna, od której zależy zdrowie i życie ludzi. Czy doświadczenie wpłynie na postrzeganie osób pracujących w branży i całego sektora czystościowego?

PS: Pandemia zdecydowanie pokazała jak ważne jest profesjonalne utrzymanie czystości obiektów, jak duży wpływ na zdrowie i bezpieczeństwo pracowników ma środowisko w jakim pracują.

Wszyscy pamiętamy jak w okresie wzmożonych zachorowań w szpitalach dziękowaliśmy pracownikom służby zdrowia, a ja w tym miejscu chciałbym podziękować personelowi sprzątającemu, który w tym ciężkim czasie dbał o czystość i higienę obiektów służby zdrowia również narażając się na kontakt z wirusem. W tak ważnych miejscach jak szpitale, oddziały covidowe personel sprzątający swoją postawą pokazał, że także ich praca mieści się w obszarze służby społeczeństwu.

W perspektywie nawracających zakażeń warto pamiętać, że wypracowane podczas walki z pandemią procedury utrzymania czystości i higieny warto stosować także w okresie codziennego funkcjonowania.



Nasz umysł odpoczywa, gdy sprzątamy

Od dobrych kilku lat firma Kärcher prowadzi międzynarodowe badania zwyczajów związanych ze sprzątaniem i utrzymaniem czystości. W ostatniej edycji przeprowadzonej na zlecenie firmy Kärcher przez instytut badawczy Dynata w jedenastu krajach, ankietowani wskazali na ciekawy aspekt domowych porządków: sprzątanie wprawia w stan zrelaksowania, a nawet może być rodzajem medytacji. Takiego zdania jest co najmniej 75% Brytyjczyków i 59% Francuzów. Sprzątanie, jako coś, czym zajmujemy się, by poczuć się dobrze? Jako Kärcher nie byłibyśmy sobą, gdybyśmy nie chcieli wiedzieć więcej. Spytaliśmy więc ekspertkę Dr. Brigitte Bösenkopf, psycholożkę, dziennikarkę i szefową Centrum Badań nas Stres w Wiedniu.

Żyjemy w bardzo dynamicznie zmieniającym się świecie i bez wątpienia w niespokojnych czasach. Znalezienie przestrzeni, na relaks wydaje się być koniecznością. W jaki sposób, i czy faktycznie, sprzątanie jest czynnością, która nam w tym pomaga?

W codziennej gonitwie ludzie bardzo potrzebują czasu na relaks. Cierpią z powodu rosnących wymagań zarówno w życiu zawodowym, jak i prywatnym, presji czasu i chęci spełnienia swoich aspiracji na każdym polu. Co ma z tym wspólnego sprzątanie? Otóż ma, i to wiele. Neurobiolodzy odkryli, że nasz mózg wytwarza konkretne, endogenne substancje - tak zwane „hormony szczęścia” gdy może funkcjonować w sposób rutynowy. I to jest dokładnie ten aspekt, który zapewnia nam sprzątanie. Koncentrujemy się na chwili obecnej, nasz umysł staje się jasny, a dodatkowo nasze wysiłki nagradzane są czystym domem. Podczas sprzątania jesteśmy własnymi panami i możemy dzielić się pracą tak, jak chcemy. Co ważne wysiłek neuronów w naszym umyśle jest minimalny, co sprawia, że nasz mózg jest zrelaksowany. Nic więc dziwnego, że to właśnie sprzątanie staje się więc dla wielu osób osobistym rytuałem relaksacyjnym.

Mimo tego, sprzątanie nigdy chyba nie będzie oznaczało relaksu dla wszystkich z nas. Jest wiele osób, które go zwyczajnie nie znosi. Jednak jak wykazało badanie Kärcher aż 92% z nas lubi mieszkać w czystym domu. Jak zatem mogą motywować się do porządków osoby, które za porządkami nie przepadają, a chciałyby żyć w czystym otoczeniu?

Nasze wewnętrzne podejście do sprzątania decyduje o tym, czy postrzegamy tę czynność jako zło konieczne, czy też jako okazję do zrelaksowania się. Ta wiedza powinna pomóc osobom migającym się od domowych porządków w zakasaniu rękawów. Mogą wtedy spojrzeć na porządki jak na ciekawe wyzwanie, z którym można sobie poradzić mając z tego satysfakcję. Przy odrobinie wprawy, nawet sceptycy,

którzy szerokim łukiem omijają mop czy odkurzacz również mogą poczuć się zrelaksowani sprzątając oraz, co bardzo ważne, docenić czystość swojego otoczenia, jako zasłużoną nagrodę. Ważne, by dać się pochłoniąć wykonywanemu w danej chwili zadaniu. Jest to z punktu widzenia psychologii doskonały sposób aby poczuć własną sprawczość, poczucie wpływu na otaczającą rzeczywistość. Wiele osób opisuje sprzątanie przy takim podejściu jako doświadczenie medytacyjne.

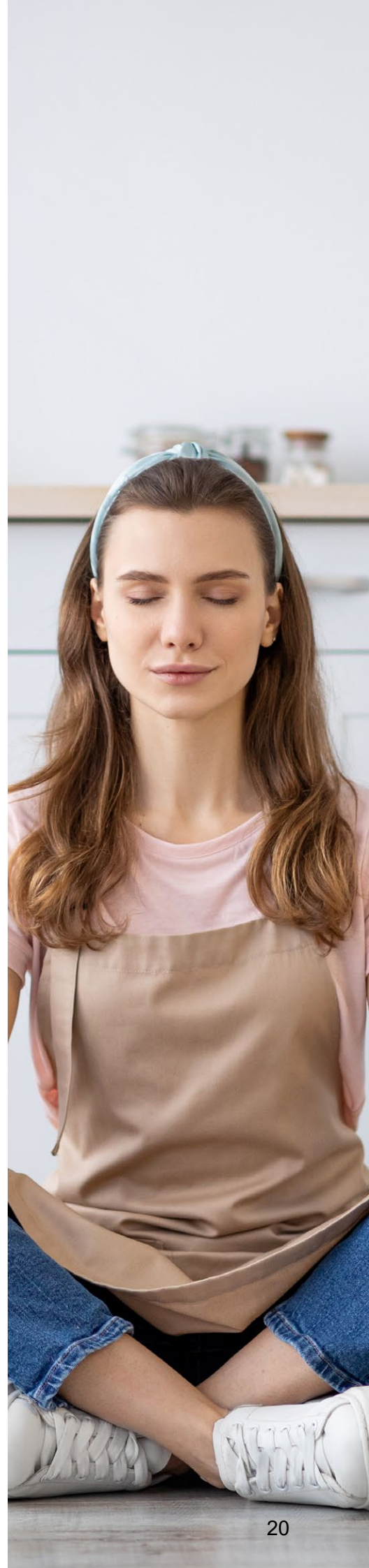
Zasadniczo motywacji do sprzątania może być bardzo wiele. Dla wielu osób czyste otoczenie daje poczucie, że również ich wewnętrzny świat staje się bardziej uporządkowany.

Kiedy dobre chęci zetkną się z chaotyczną i wypełnioną szczerlnie zadaniami codziennością, cóż, wtedy często brudna podłoga zaczyna być niczym wyrzut sumienia. Co możemy zrobić, jeśli nasza motywacja jest duża, ale czas bardzo ograniczony?

Badania pokazują, że stres często nie jest powodowany przez presję zewnętrzną, ale w 70% wytwarza go sytuacja w domu. Decyduje o tym nasza osobowość. Odporni ludzie, którzy akceptują stres nie jako coś złego, presję, z którą nie ma jak sobie poradzić, ale jako codzienne wyzwanie, mogą łatwo rozwiązać ten dylemat. Koncentrują się na tym, co jest wykonalne i nie tracą energii na samokrytykę.

Ludzie, którzy są zestresowani chaosem w domu, nie powinni nadmiernie użalać się nad sobą, ale postępować strategicznie i bardzo uważnie zastanawiać się, jakie działania związane z utrzymaniem czystości można wykonać w krótkim czasie a następnie na nich się skupić.

Dawniej zazwyczaj było tak, że sprzątaniu poświęcony był specjalny dzień w tygodniu. Najczęściej sobota. Wyniki ankiety pokazują, że teraz nie jest to już popularne podejście. Jak Pani sądzi, dlaczego tak jest?



W wielu rodzinach, ale także w przypadku singli, weekend jest zajęty zajęciami rekreacyjnymi. Klasyczne sprzątanie w sobotę nie pasuje już do tego harmonogramu. Sprzątanie najlepiej jest przeprowadzać w ciągu tygodnia w mniejszych częściach. Po pracowitym, coraz częściej spędzonym na pracy biurowej, dniu wiele osób nawet cieszy się, że może wieczorem wykonać jakąś czynność w domu, odkurzyć czy umyć podłogę. Na przykład dlatego, że mogą wtedy zapomnieć o swoich zawodowych zmartwieniach i poświęcić się czynności, gdzie natychmiast widzą pozytywne rezultaty.

Ile czasu tygodniowo poświęcamy na sprzątanie?

średnio 2h 52min



3:01



4:49



3:45



1:29



2:42

W 2020 roku na zlecenie firmy Kärcher, instytut badań rynkowych Dynata przebadł 11 360 osób w wieku od 18 do 65 lat z jedenastu krajów, w tym uczestników z Belgii, Brazylii, Chin, Niemiec, Francji, Wielkiej Brytanii, Japonii, Holandii, Polski, Rosji i USA. Wyniki reprezentatywnej ankiety online zostały uporządkowane według płci, wieku i regionu. Badania dotyczące zwyczajów sprzątania przeprowadzane są na zlecenie Kärcher od 2017 roku.

Średni czas poświęcony na sprzątanie różni się znacznie w zależności od kraju. Międzynarodowe badanie Kärcher pokazuje, że czas ten waha się od półtorej do prawie pięciu godzin. Jak można to wytłumaczyć?

Tutaj dwa czynniki odgrywają ważną rolę: indywidualna osobowość i środowisko kulturowe, innymi słowy, w jakim stopniu czystość i porządek są ustalone jako wartości w społeczeństwie. Perfekcyjniści inwestują dużo czasu w porządki domowe, podczas gdy ludzie chaotyczni mogą łatwo pogodzić się z nieporządkiem. Z drugiej strony, pracoholicy woleliby zainwestować całą swoją energię w swoją pracę a nie w sprzątanie, a ludzie zorientowani na związki uwielbiają tworzyć wygodne, czyste domy.

Jak wykorzystujemy nowe technologie w codziennych porządkach?

Coraz większą popularnością cieszą się urządzenia czyszczące zasilane bateriami, na przykład odkurzacze bezprzewodowe, których wykorzystanie na całym świecie wynosi 27 procent.


27%
Urządzenia
bezprzewodowe


18%
Urządzenia
automatyczne (roboty)


23% 2020
↑
19% 2019



29% 2020
↑
23% 2019

W Polsce z roku na rok obserwujemy stały wzrost zainteresowania wykorzystaniem urządzeń bezprzewodowych oraz robotów w procesie sprzątania domu.

W 2020 roku na zlecenie firmy Kärcher, instytut badań rynkowych Dynata przebadał 11 360 osób w wieku od 18 do 65 lat z jedenastu krajów, w tym uczestników z Belgii, Brazylii, Chin, Niemiec, Francji, Wielkiej Brytanii, Japonii, Holandii, Polski, Rosji i USA. Wyniki reprezentatywnej ankiety online zostały uporządkowane według płci, wieku i regionu. Badania dotyczące zwyczajów sprzątania przeprowadzane są na zlecenie Kärcher od 2017 roku.

Dokąd zmierza sprzątanie? Czy rozwój techniczny umożliwi ludziom coraz częściej doświadczać sprzątania jako relaksu?

Nowoczesne urządzenia wspierają ludzkie pragnienie zachowania porządku i czystości. I właśnie w naszym zagonionym życiu codziennym te „pomocze domowe” okazują się dla wielu prawdziwym błogosławieństwem. Oszczędzają one czas i z reguły dają lepsze rezultaty niż tradycyjne metody sprzątania. Tak więc osoby pracujące, które mają niewiele wolnego czasu, mogą również cieszyć się odświeżającym efektem czystości i porządku. Nie wolno nam też zapominać, że korzystanie z innowacyjnych urządzeń technologicznych to także zwykła zabawa. Podobnie jak w wielu dziedzinach życia, technologia odgrywa coraz ważniejszą rolę w sprzątaniu.

Metodologia badania

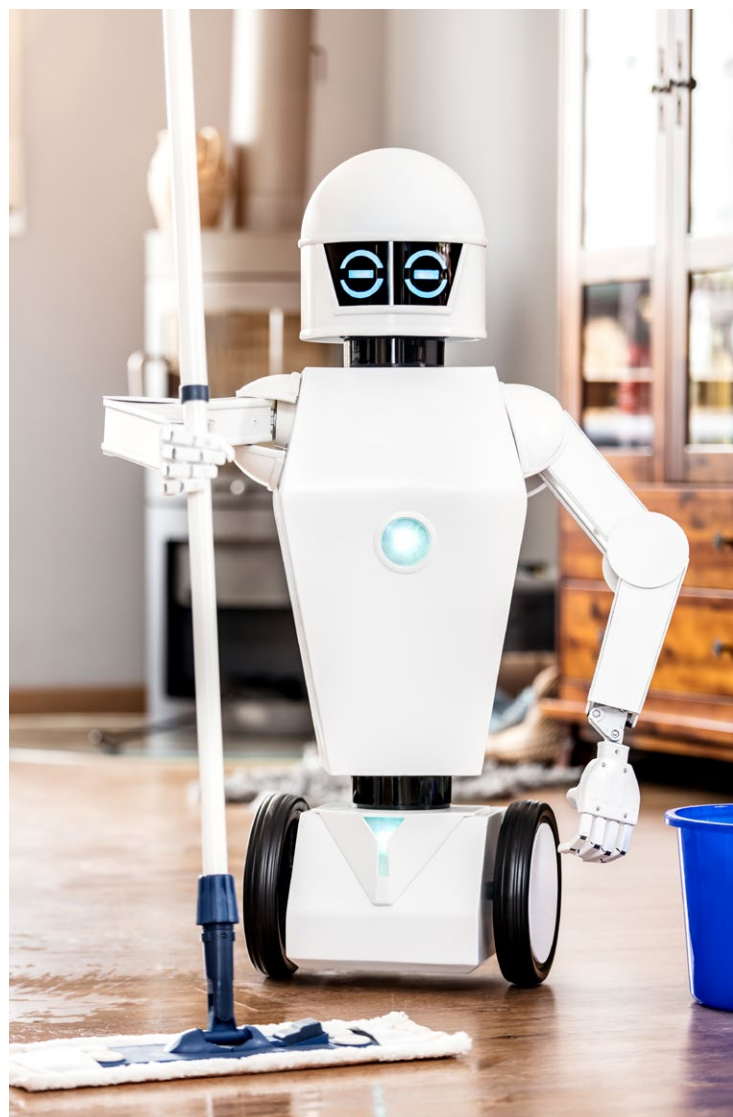
Wykorzystane dane oparte są na ankietach internetowych przeprowadzonych przez firmę Dynata, w których w okresie lipiec/sierpień 2019 r. wzięło udział łącznie 11 099 osób. Wyniki zostały zważone i są reprezentatywne dla populacji Belgii, Brazylii, Chin, Niemiec, Francji, Wielkiej Brytanii, Japonii, Holandii, Polski, Rosji i USA w wieku od 18 do 65 lat.

□ Nigdy więcej sprzątania? Jak przyszłość zmieni nasze podejście do porządków?

Być może pamiętacie popularną kreskówkę studia Hanna-Barbera, której bohaterami była sympatyczna rodzinka Jetsonów? Jetsonowie żyli w świecie przyszłości. W ich w pełni zautomatyzowanym domu za porządki odpowiadała gospoia – robot. Zajmowała się ona wszystkimi pracami domowymi, sprzątaniem, praniem i gotowaniem. Być może taka właśnie będzie całkiem realna przyszłość porządków? Kto by tego nie chciał? Ale na poważnie, wyruszmy w podróż do przyszłości i zobaczymy jak nowoczesna technologia zrewolucjonizuje już niebawem nasze życie i to nie tylko w domu, ale także w zastosowaniach profesjonalnych – w czyszczeniu budynków w których pracujemy, miejsc użyteczności publicznej, gastronomii i tak dalej. Gotowi? To startujemy!

Sprzątanie Anno Domini 2040

Roboty sprzątające już dawno zadomowiły się w naszej rzeczywistości, a sieciowe systemy czyszczące ugruntowały swoją pozycję na rynku profesjonalnym, zwłaszcza w branży budowlanej. Co jednak przyniesie nam przyszłość? Branża czystościowa nie będzie, ze względu na swoją specyfikę, zdolna wdrażać innowacyjnych rozwiązań per se. Klienci są tu kluczowym ogniwem. Są oni zawsze świadomi kosztów, a, co warto podkreślić, czyszczenie nie jest zazwyczaj czymś, co budzi w nich jakieś szczególne emocje, więc decyzje jakie podejmują są powodowane racjonalnymi, a nie emocjonalnymi przesłankami. Raczej zmiany jakie nastąpią, będą determinowane przez konkretne potrzeby klienta. Główne trendy, takie jak elektryfikacja, digitalizacja i tworzenie sieci, automatyzacja czy czujniki już wkraczą w coraz większym stopniu do branży czystościowej. Zawsze jednak ich pojawienie się jest uzasadnione potrzebą klientów, a nie innowacją samą dla siebie.



Sprzątanie budynków przyszłości

Sprzątanie budynków to biznes o długiej tradycji. Dlatego też między innymi nowe trendy nie zdomowiają się w tej branży bardzo łatwo i szybko. Jednak myli się ten kto sądzi, że w tym sektorze nic się nie zmienia. Innowacje pojawiają się, gdy spojrzymy w przyszłość to można nawet powiedzieć o pewnym wizjonerstwie, jednak zawsze opartym o potrzeby klientów. Wraz z pojawieniem się technologii czyszczenia połączonego (Connected Cleaning), stosowania podłączonych cyfrowo maszyn czyszczących, czyszczenie oparte na czujnikach to wcale nie futurystyka, ale całkiem realna przyszłość. Dzięki temu wykonawcy usług budowlanych będą mogli świadczyć klientom indywidualne usługi dostosowane do ich potrzeb oraz podnieść poziom jakości i zadowolenia klientów. Zastosowanie robotów serwisowych lub modeli „pay-per-use” daje również niebagatelne możliwości.

Dane - klucz do nowych modeli biznesowych

Już dziś rozwiązania w zakresie zarządzania flotą i procesami wspomagają wykonawców usług budowlanych w ich pracy. Niezależnie od tego, czy muszą oni znać liczbę faktycznie przepracowanych godzin, stan czystości obiektu, czy też wiedzieć kiedy maszyny wymagają konserwacji. Kluczem do takich rozwiązań jest inteligentne pozyskiwanie odpowiednich danych, które są udostępniane operatorom w czasie rzeczywistym i w ruchu.

Patrząc w przyszłość, użytkowa pula danych może być znacznie rozszerzona, aby precyzyjnie wdrażać „czyszczenie na żądanie”. Czujniki pogodowe mogą wskazywać warunki atmosferyczne, np. czy silne opady deszczu spowodują konieczność wykonania prac czyszczących. Czujniki w windach mogą wskazywać, które piętra są bardziej uczęszczane. Dane do logowania i wylogowania z sieci WLAN lub po prostu kalendarz Outlook będą zaś pokazywać, które biura lub sale konferencyjne są w użyciu. W takim czy innym momencie czujniki będą w stanie nawet bezpośrednio wykryć rodzaj i stopień zanieczyszczenia. Lista ta jest nieskończona i dlatego daje możliwość niezwykle precyzyjnej pracy. Optymalizacja kosztów oznacza teraz nie po prostu rzadsze sprzątanie i gorsze efekty, a mądre zarządzanie danymi.

Stwarza to możliwości dla nowych modeli biznesowych: podstawowe usługi czyszczenia mogą być oferowane w jakiejś umownej, bazowej stawce. Natomiast inteligentne sprzątanie na żądanie może być naliczane w różnych stawkach – taki system prcingowy funkcjonuje już z powodzeniem w innych branżach. Cyfrowa kontrola na każdym etapie od zbierania danych, aż po rejestrowanie zadowolenia gości poprzez panele serwisowe, zapewnia niezbędną przejrzystość, aby właściciel budynku mógł przedstawić dowód wykonania usług i wystawić fakturę.

Przyszłość sprzątania.

Wywiad z Marco Cardinale, szefem działu Product Management Floor Care w Kärcher.

Temat: Wymagania związane z czyszczeniem budynków, tajemnicą autonomicznych robotów czyszczących oraz tego, jak inteligentne będą one w przyszłości.

Czyszczenie w przyszłości: czego potrzebują profesjonalni operatorzy?

Marco Cardinale: Wykonawcy usług budowlanych mają dziś do czynienia z dwoma głównymi wyzwaniami: z jednej strony z presją cenową w sytuacji gdy koszty pracy stanowią około 80% ich wydatków, a z drugiej strony z faktem, że coraz ciężiej o pracowników. Naszym zadaniem jest zapewnienie najlepszego możliwego wsparcia wykonawcom usług budowlanych w ich pracy i procesach, tak aby mogli oni zmniejszyć ogólne koszty przeznaczane na utrzymanie czystości. Wydajność i efektywność mają tu kluczowe znaczenie.

Jeśli chodzi o wydajność, to czy roboty czyszczące mogą coś zmienić?

MC: Obecnie jest to możliwe i ekonomicznie opłacalne tylko na dużych, otwartych powierzchniach. Na rynku istnieją roboty czyszczące - szorujące, ale naszym zdaniem są one nadal słabo rozwinięte technologicznie. Ich koszt jest również trzy do czterech razy wyższy niż w przypadku porównywalnych szorówek prowadzonych przez operatora. I wciąż jest miejsce na poprawę poziomu bezpieczeństwa, niezawodności i autonomii - na przykład nawigacja nie zawsze działa niezawodnie i nadal potrzebujemy kogoś do napełniania i opróżniania zbiorników.

Czy zatem roboty czyszczące nie byłyby opłacalne dla szerszego rynku?

MC: W przypadku bardziej złożonych obszarów zastosowań, takich jak sprzątanie biur, roboty czyszczące nie mogą obecnie dorównać wydajności pracy człowieka. Istnieje jednak wiele obszarów zastosowań, w których użycie robota jest możliwe i efektywne przy użyciu obecnie dostępnych technologii. Niezbędna jest dla nas stuprocentowa funkcjonalność i bezpieczeństwo, zwłaszcza jeśli roboty mają być wykorzystywane w przestrzeni publicznej. Osiągnięcie tego jest niezwykle trudne, ponieważ przykładowo: technologia czujników musi zapewniać takie postrzeganie otoczenia, które gwarantuje bezkolizyjne działanie. Wyzwaniem jest inteligentne połączenie różnych technologii, co wymaga oprogramowania o wysokiej wydajności.

Jak wyglądałby Twój idealny robot czyszczący i gdzie byłby używany?

MC: Moją wizją jest posiadanie robota czyszczącego, który osiąga maksymalną autonomię i może

być używany na wszystkich powierzchniach w 100% bezpiecznie i ekonomicznie. Byłby to przełom, który nastąpi w ciągu najbliższych trzech do pięciu lat, a którego obecne rozwiązania jeszcze nie są w stanie dokonać. Pozwoliłoby nam to na otwarcie wielu obszarów zastosowań, nawet w miejscach publicznych o dużym natężeniu ruchu.

A idąc o krok dalej - czy pojawią się inteligentne roboty czyszczące?

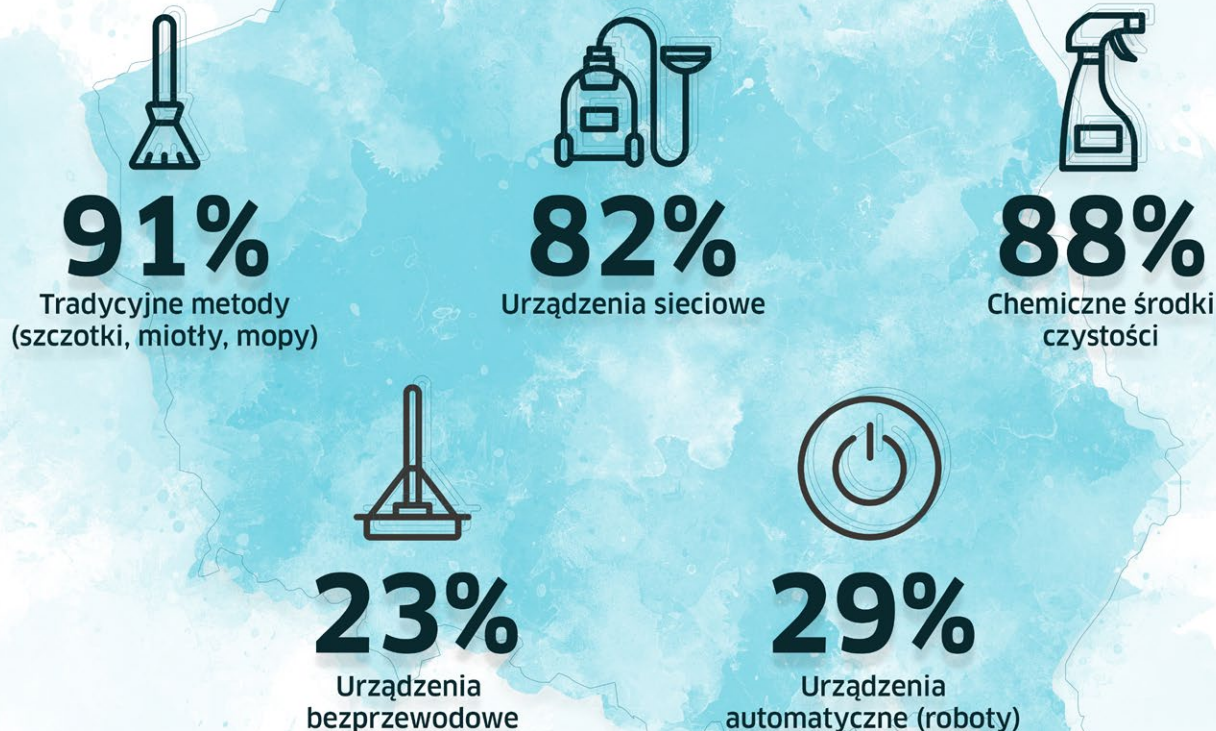
MC: Oczywiście, wiele możliwości może wynikać z połączenia digitalizacji, czyli inteligentnej sieci danych, z automatyką, czyli robotyką. Ale myślę, że w naszej branży zawsze musimy patrzeć na to, co rzeczywiście przyniesie naszym klientom wartość dodaną i dostosuje nasze rozwiązania do ich wymagań. Ta zasada przewodnia odnosi się również do sztucznej inteligencji.

Jak w przyszłości poradzimy sobie z kurzem i brudem w naszych własnych czterech ścianach?

MC: Relaksujemy się na tarasie i kontrolujemy wszystkie funkcje Smart Home & Garden za pomocą jednej aplikacji przez nasze inteligentne okulary lub bezpośrednio, naszymi myślami. Nagle zauważamy, że jakiś element zautomatyzowanej kosiarki do trawy jest uszkodzony. Bez obaw, skanujemy kod produktu, wybieramy odpowiedni komponent za pomocą aplikacji, drukujemy go na naszej drukarce 3D i montujemy. W międzyczasie, zaawansowany czujnik w kuchni wykrył, że piekarnik wymaga czyszczenia. Drzwiczki otwierają się automatycznie i poprzez chmurę aktywują stację gdzie „mieszkają” miniaturowe drony czyszczące. Wylatują one ze stacji i wyposażone w odpowiedni detergent dokładnie czyszczą piekarnik. Na koniec składamy zamówienie na kolację u naszego robota domowego, który z kolei odbierze ją od drona transportowego. Mniej więcej tak to widzę.

Nawet jeśli wiele z tych rzeczy dziś nadal brzmi jak science fiction, staną się one rzeczywistością przy obecnych technologiach i potrzebach klientów. Spoglądając jeszcze dalej w przyszłość, można roztoczyć wizję, na przykład taką, w której tworzy się bezpośrednie połączenie między maszynami a mózgiem. Bez ekranu dotykowego, bez pola wejściowego - tylko interfejs między naszymi myślami a maszynami. Takie kierunki rozwoju opierają się na koncepcjach z zakresu inżynierii medycznej.

Z jakich narzędzi korzystamy sprzątając nasze domy?



Polska - nie tylko czystość w domu

Jakich obowiązków ogrodniczych nie lubią Polacy?



W 2020 roku na zlecenie firmy Kärcher, instytut badań rynkowych Dynata przebadał 11 360 osób w wieku od 18 do 65 lat z jedenastu krajów, w tym uczestników z Belgii, Brazylii, Chin, Niemiec, Francji, Wielkiej Brytanii, Japonii, Holandii, Polski, Rosji i USA. Wyniki reprezentatywnej ankiety online zostały uporządkowane według płci, wieku i regionu. Badania dotyczące zwyczajów sprzątania przeprowadzane są na zlecenie Kärcher od 2017 roku.

□ Ja tu tylko sprzątam? Czy to naprawdę ‘tylko’? Branża utrzymania czystości w nowych czasach

Branża profesjonalnego utrzymania czystości to bardzo prężnie rozwijający się sektor. Praca w tej branży, choć tak potrzebna społecznie i nieodzowna dla funkcjonowania społeczeństw jak i biznesu, często bywa niedostrzegana. Warto rzucić nieco światła na ten sektor, jak również spojrzeć w przyszłość. Co czeka branżę czystościową w kolejnych latach? Jakie trendy rysują się na horyzoncie? Wybierzmy się w podróż po zaawansowanym technologicznie, wartym wielkie pieniądze i zatrudniającym miliony osób na świecie i już setki tysięcy w naszym kraju biznesie!



Mówisz „sprzątaczką” myślisz...

Ośrodek badania opinii społecznej SW Research opublikował wyniki badań dotyczących tego, jakie zawody Polacy uważają za najbardziej godne szacunku i zaufania. W najnowszej edycji tego badania z 2021 roku pracownicy sprzątający znaleźli się na 11. miejscu. Za profesję wysoce cenioną uznało tę pracę 54,4 % ankietowanych¹. Autorzy raportu zauważają, iż w wyniku pandemii zaufanie społeczne i poczucie, że praca lekarzy pielęgniarek i ratowników medycznych jest ważna, wyraźnie wzrosły. Jest to jak najbardziej zrozumiałe i nie jest zaskoczeniem.

Jednak fakt, iż tylko nieco ponad połowa ankietowanych wysoce ceni pracę osób dbających o czystość jest symptomatyczny. Zwłaszcza, że w poprzednich edycjach badania wyniki dla tej branży były podobne. Można założyć więc, że pandemia nie wpłynęła na to, jak postrzegamy osoby sprzątające. Warto zauważyć, że obok pracowników sektora medycznego, którzy narażali zdrowie, by ratować ludzi chorujących na koronawirusa, pracownicy sprzątający także byli na „pierwszej linii frontu”, gdy chodzi o walkę z pandemią. Bez ich pracy funkcjonowanie szpitali, przychodni, szkół, urzędów a także firm, sklepów i biur jak i zakładów przemysłowych – byłoby kompletnie niemożliwe. Przed branżą stoi więc wielkie wyzwanie w obszarze edukacji i promocji pracy w sektorze czystościowym.

¹ <https://businessinsider.com.pl/twoje-pieniadze/praca/najbardziej-powazane-zawody-w-polsce-ranking/tchxt4e>

Branża w liczbach

Sektor czystościowy globalnie to naprawdę ogromny biznes. Liczby, które można odszukać w fachowych raportach i opracowaniach przyprawiają o zawrót głowy. Zresztą przekonajmy się. Wielkość globalnego rynku usług czystościowych według Beroe Inc. wyniosła 60,25 mld USD w 2019 r. a oczekuje się, że sektor ten będzie rósł w tempie wynoszącym 6,3 procent do 88,9 mld USD do 2025 r. ²

W Polsce jego wartość szacuje się obecnie na 17 mld zł, a zatrudnienie na 700 tys. osób. Według danych PIGCZ (Polskiej Izby Gospodarczej Czystości w Polsce wzrost rynku usług czystości dla firm nie będzie niższy niż 8% rok do roku. Według opracowań naukowych nasz kraj należy do tych, w których rynek ten jest stale rozwijającym się. W skali naszego kontynentu mówi się, powołując się na dane z European Cleaning and Facility Services Industry, że w Europie w branży utrzymania czystości działa 277 tys. firm, a zatrudnienie sięga 4 mln osób. Średnie roczne obroty od 25 lat rosną o ok. 9 proc., a łączny obrót w branży w ciągu ostatnich 20 lat wzrósł trzykrotnie i sięga już 107 mld euro³.

Firma doradcza Savills estymuje, że w 2019 roku powstało ok. 745 tys. mkw. nowej powierzchni biurowej (łącznie w całej Polsce wynosi ona 11,1 mln mkw.). Powierzchnia handlowa zyskała dodatkowe 315 tys. mkw. i dziś wynosi 12,4 mln, z kolei powierzchnia magazynowo-przemysłowa zwiększyła się o 2,7 mln mkw. (do 18,4 mln mkw.). Dynamiczny rozwój nieruchomości komercyjnych sprawia, że szybko rośnie także zapotrzebowanie na usługi utrzymania czystości.

Sprzątanie w czasach zarazy, czyli wpływ pandemii na branżę globalnie

Pandemia ma znaczący wpływ na usługi czystościowe i ogólnie na branżę sprzątania domów. W wielu krajach, takich jak USA, popyt na usługi te odnotował niezwykle wzrost, co doprowadziło do gwałtownego wzrostu ich cen. Pracownicy sprzątający odczuwali strach i zagrożenie w związku z pandemią i narażeniem na kontakt z wirusem, co mogło blokować napływ nowych osób do branży. Popyt na dogłębne czyszczenie i dezynfekcje rośnie szczególnie w krajach mocno dotkniętych pandemią, takich jak Indie i Brazylia.

² <https://www.prnewswire.com/news-releases/global-cleaning-services-market-size-to-be-88-9-billion-by-2025--says-beroe-inc-301272305.html>

³ <https://biznes.interia.pl/praca/news-branza-utrzymania-czystosci-zatrudnia-juz-700-tys-osob,nld,4322594>

Brazylia - czystość odgrywa największe znaczenie

Gdzie czystość jest szczególnie ważna?



Łazienka
86%



Kuchnia
84%



Podłogi
73%



W 2020 roku na zlecenie firmy Kärcher, instytut badań rynkowych Dynata przebadał 11 360 osób w wieku od 18 do 65 lat z jedenastu krajów, w tym uczestników z Belgii, Brazylii, Chin, Niemiec, Francji, Wielkiej Brytanii, Japonii, Holandii, Polski, Rosji i USA. Wyniki reprezentatywnej ankiety online zostały uporządkowane według płci, wieku i regionu. Badania dotyczące zwyczajów sprzątania przeprowadzane są na zlecenie Kärcher od 2017 roku.

Fachowiec potrzebny od zaraz, czyli szkolenie przede wszystkim

Jednym z trendów w branży sprzątającej jest zapotrzebowanie na wykwalifikowanych, profesjonalnych sprzątaczy. Są to profesjonaliści, którzy przeszli obszerne szkolenia. Gwarantuje to, że będą w stanie odpowiedzieć na wiele pytań dotyczących czyszczenia, zadawanych przez klientów.

Posiadanie programu szkolenia i rozwoju dla zespołu sprzątającego poprawi kompetencje pracowników, co da stabilność firmie sprzątającej.

Pandemia nasza powszednia

Od początku pandemii (COVID-19) nastąpiły widoczne zmiany w branży. Wykazały one zwiększony nacisk na czystość obiektów, co wskazuje na znaczenie oferowania kompletnego programu czyszczenia.

Taki program sprzątania obejmuje gruntowne czyszczenie, dezynfekcję i usługi sanitarne. Oprócz zapotrzebowania na ulepszone usługi sprzątania, obserwuje się również wzrost częstotliwości czyszczenia. Obecnie klienci proszą o częstsze, bardziej skrupulatne i kompletne dbanie o czystość obiektów.



Twoi Klienci chcą być EKO

Nie jest zaskoczeniem, że używanie ekologicznych środków czyszczących jest trendem. Ponieważ coraz więcej ludzi staje się bardziej świadomych kwestii zmian klimatycznych i ich trwałego wpływu, stosowanie ekologicznych produktów jest obecnie na fali wznoszącej, co czyni je przyszłością komercyjnego czyszczenia. Klienci szukają teraz produktów wytwarzanych przy użyciu etycznych, odpowiedzialnych i zrównoważonych metod.

Poza tym, klienci są bardziej spostrzegawczy, gdy chodzi o marketingowe strategie stosowane przez firmy. Samo stwierdzenie, że produkt jest ekologiczny nie wystarczy, aby przekonać współczesnych konsumentów, że w istocie tak jest. Przed zakupem klienci będą zwracać uwagę na materiały lub składniki użyte w produkcie, i szukać recenzji w internecie. Nie można być gołosłownym, bo grozi to poważnym kryzysem wizerunkowym firmy.

Czysto z automatu

Nic dziwnego, że jednym z trendów w branży sprzątającej jest automatyzacja. Szybkość z jaką rozwija się technologia i to, jak ludzie ją postrzegają jest zawrotna. Automatyzowanie narzędzi i procesów biznesowych to konieczność w dzisiejszych czasach.

Oczywiście, istnieje wiele procesów czyszczenia, które nie mogą być obsługiwane przez same maszyny. Ale teraz, istnieje więcej narzędzi dostępnych na rynku, które są wyposażone w najnowszą technologię. Sprawiają one, że sprzątanie będzie o wiele łatwiejsze niż dawniej.

Komunikacja przede wszystkim!

Współcześni klienci chcą być częścią procesu czyszczenia. Chcą znać jego tajniki - jakie obszary będą czyszczone, jakie produkty będą używane, jakie kwalifikacje ma zespół i tak dalej.

Mogą mieć wiele pytań, a odpowiedzenie na nie zagra z pewnością na Twoją korzyść. To będzie oczywisty dowód, że jesteś prawdziwym profesjonalistą.

Lepiej zapobiegać, niż sprzątać!

Współcześni konsumenci są skłonni zapłacić znacznie więcej, aby nie musieć czyścić tak często. Dla nich, będzie to wygodniejsze, bardziej ekonomiczne, oszczędzające czas i ekologiczne.

Produkty prewencyjne, których oczekują klienci, to produkty, które są używane nie tylko do czyszczenia, ale także do ochrony danego materiału. Przykładem takich produktów są te, które impregnują powierzchnie, jak również te, które zapobiegają rdzy i pleśni.

Branża czystościowa jest fascynująca i z pewnością w najbliższych latach będziemy obserwować jej dalszy, dynamiczny rozwój. Ważne jest także, by towarzyszyła mu zmiana świadomości społecznej dotycząca znaczenia tej branży i jej wpływu na codzienne życie i pracę każdego z nas.

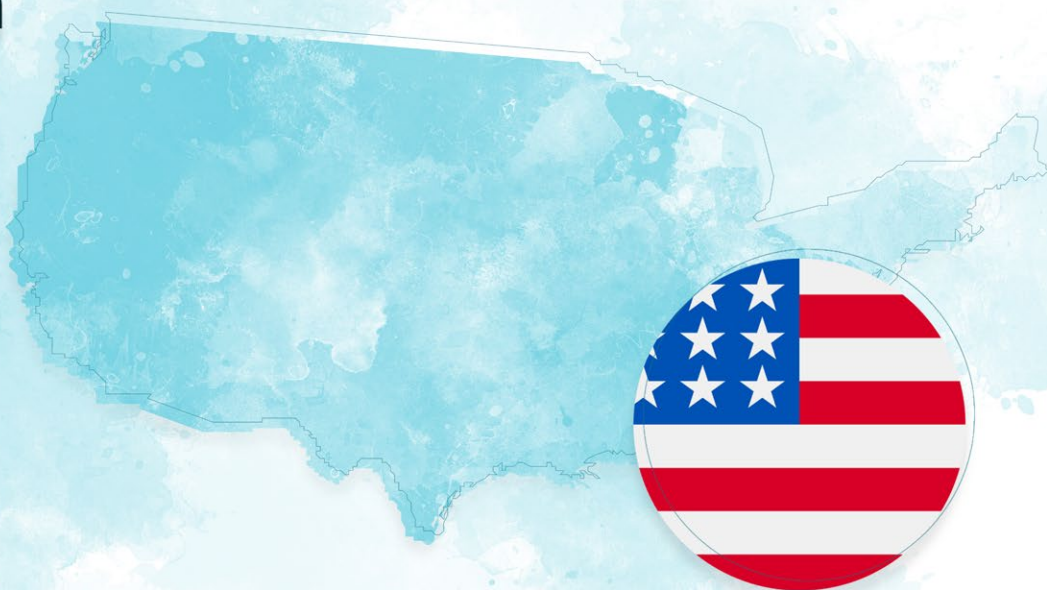
USA - zapachy czystości

Jaki zapach kojarzy się Amerykanom z czystością?

 **Lawenda**
35%

 **Sosna**
35%

 **Cytryna**
40%



W 2020 roku na zlecenie firmy Kärcher, instytut badań rynkowych Dynata przebadał 11 360 osób w wieku od 18 do 65 lat z jedenastu krajów, w tym uczestników z Belgii, Brazylii, Chin, Niemiec, Francji, Wielkiej Brytanii, Japonii, Holandii, Polski, Rosji i USA. Wyniki reprezentatywnej ankiety online zostały uporządkowane według płci, wieku i regionu. Badania dotyczące zwyczajów sprzątania przeprowadzane są na zlecenie Kärcher od 2017 roku.

KÄRCHER



e-book

**THANK YOUR
CLEANER DAY 2021**