



Lilian Kellenberger, CEO der Putzfrauenagentur

DAS BIG BUSINESS DER PUTZFRAUENAGENTUR

Innerhalb von zehn Jahren baute ein Unternehmer-Ehepaar aus dem Zürcher Oberland eine Putzfrauenagentur auf, die mittlerweile über 1'200 Mitarbeiter zählt. Ihr USP: die Rekrutierung der passenden Raumpflegerinnen für den Einsatz im Privathaushalt – und dies in der ganzen Schweiz. Wie diese Erfolgsstory aussieht, versuchten wir im Gespräch mit der 51-jährigen CEO der Putzfrauenagentur, Lilian Kellenberger, herauszufinden.

Text: Sandra-Stella Triebel, Fotos: Christian Egelmair

Lilian Kellenberger empfängt mich mit einem strahlenden Lächeln zum Interview. Ihre Haare sind strubbelkurz, und so wirkt sie auf mich um ein Vielfaches jünger als mir die Zahl, die ich Ihrem CV entnehme, sagt: 51. Die gelernte Bankerin hat ein natürliches Faible für Zahlen. „Ich liebe es, Zahlen zu analysieren, Budgets zu machen, aber stets im Zusammenhang mit Menschen!“, erzählt sie uns eingangs. „Ich hasse Routine und liebe alles Neue“, ergänzt sie flugs nach einigem Überlegen. Und man sage ihr nach, dass sie das Talent habe, Menschen zu motivieren, erzählt uns die CEO der Putzfrauenagentur über ihre Zweitkarriere. Die erste durchlebte sie in der Bankenwelt – und damit in einer Zeit, wo Frauen im Banking noch mehr als heute untervertreten waren. „Schon als Kind beeindruckte mich die Ruhe in einem Kassenschalterraum, diese Seriosität.“

Also begann die junge Lilian Kellenberger eine Banklehre bei der Credit Suisse – fand aber in dieser Ausbildung alles andere als ihren Traumjob: „Ich war wahnsinnig enttäuscht – ich hatte etwas anderes erwartet, mehr Menschen, mehr Abwechslung, weniger Routine.“ So plante sie bereits ihren Ausstieg aus der Branche – doch es kam, wie so oft im Leben, anders. „Weil ich die Lehre mit guten Noten abschloss, hab ich die Chance bekommen, mich in der Abteilung Kommerz vorzustellen. Ich konnte mir schlicht nichts darunter vorstellen und bin leicht rebellisch dort mit einem weinroten Overall und weissen Cowboystiefeln reinmarschiert“ – Lilian Kellenberger lacht herzlich. Es sei ein wenig Trotz dabei gewesen, gibt sie grinsend zu. Doch das Glück wollte es, dass sie dabei mit jemandem in Kontakt kam, der ihre spätere Karriere überhaupt ermöglichen

würde. Genauso sprudelig, neugierig und interessiert wünschte man sich nämlich neue, junge Mitarbeiter in der Abteilung. Und frischen Wind versprach die junge Lilian Kellenberger mit diesem Outfit ja durchaus. „Ich konnte gar nicht glauben, dass sie mich nahmen!“ – Aber es hiess später, sie sei genau die unkonventionelle junge Frau, die man suchte. Die Arbeit in dieser Abteilung ermöglichte ihr tiefere Einblicke und damit genau das, was sie sich immer gewünscht hatte. „Mein damaliger Chef wurde zu meinem Mentor, den ich noch immer treffe – er ist lustigerweise der Mann, der mich am meisten geprägt hat“, so die Unternehmerin heute.

Ladies Drive: Inwieweit hat Sie Ihr Mentor beeinflusst und geprägt?

Lilian Kellenberger: Er hat mir gezeigt, wie man an Situationen rangehen kann, wie man Probleme lösen kann. Die Art und Weise, wie er mit den Leuten gesprochen hat und wie er versucht hat herauszufinden, was hinter ihrer Idee steckt und was sie bewegt. Und ob man bereit ist, dafür als Bank Geld zu geben – und wie viel man gibt. Das hat mich sehr beeindruckt.

Wie ging Ihre Karriere dann weiter?

Ich hatte Erfolg, ich wurde befördert.

Bis zu welcher Funktion?

Ich war Mitglied des Kaders, in einer Filiale ausserhalb von Zürich. Doch dann begann sich der Firmenbereich stark zu verändern. Ich arbeitete zu einer Zeit in der Bank, als man noch ganz unterschiedliche Branchen und Firmengrössen betreuen

konnte. Vom Coiffeurladen bis zum grossen Reiseveranstalter. Dann wurden Strukturen eingeführt, die vieles veränderten. Branchen wurden zusammengelegt und Segmente eingeführt, was die Grösse einer Firma anging. Darum entschloss ich mich, in den Privatkundensektor zu wechseln und ein Team zu leiten. Der Erfolg ist mir auch dort treu geblieben. Dies unter anderem, weil ich ein wirklich tolles Team hatte und mir die Führungsaufgabe sehr viel Spass bereitete. Und ich bin von meinem eigenen Erfolg immer etwas überrannt worden. Es war verrückt. Bei allem, was ich machte, gelang es mir immer, die hohen Ziele zu übertreffen. Dann hat die ganze Bankbranche angefangen sich zu verändern. Auf der einst so grünen Beraterwiese wurden immer mehr Regelungen und Vorgaben eingeführt, so dass ich mich nicht mehr richtig entfalten konnte. Ideen waren nicht mehr gefragt, und so kam ich mir immer mehr wie eine Blume vor, die langsam verdurstet. Zu diesem Zeitpunkt machte ich mir Gedanken, in welche Richtung es weitergehen könnte in meinem Leben.

Und wohin ging die Reise?

Mein Partner hatte drei Jahre zuvor die Putzfrauenagentur gegründet. Ich habe ihn unterstützt, auch finanziell, weil ich gut verdiente, und war bereits in die Konzeption involviert. Das waren schwierige Zeiten, denn wenn man 25 Jahre in der Bank gearbeitet hat, ist man Banker mit Leib und Seele. Da war ich 42. Zu diesem Zeitpunkt wurde die Putzfrauenagentur immer grösser, es waren schon mehrere Agenturen im Franchise angeschlossen, die man betreuen musste. Und so kam es zum Entscheid, dass mein Lebenspartner die Betreuung der Franchise-Partner übernahm und ich seine Agentur neu als Geschäftsführerin betreute.

Die Putzfrauenagentur war damals schon eine AG?

Nein, damals noch eine GmbH und drei Jahre alt. Man sah, dass es funktioniert, aber man ahnte nicht, was für ein Potenzial da noch dahinter steckt. Der Gang in die Selbstständigkeit machte mir am Anfang aber auch ein wenig Angst. Das hat mich lange bis in meine Träume verfolgt und beschäftigt.

Wie haben Sie das abgelegt?

Nicht daran gedacht. Wegdenken, positiv denken. Ich wäre nicht eingestiegen, wenn ich nicht an die Firma geglaubt hätte. Ich bin aber auch ein Mensch, der, wenn es erforderlich wird, mit weniger Geld leben kann. Voraussetzung dafür ist für mich, ein Umfeld zu haben, das mich glücklich macht, und eine Arbeit, mit der ich etwas bewirken kann. Die Gewissheit zu haben, dass man die eigenen Ansprüche runterfahren kann, wenn es erforderlich ist, gibt einem mehr Lockerheit. Mittlerweile bin ich seit sieben Jahren in der Putzfrauenagentur AG. Seit drei Jahren teilen wir uns die Führung – ich bin die operative Führung und betreue alle 15 Agenturen in der Schweiz, und mein Partner Adrian Gsell ist für die strategische Führung verantwortlich.

Was ist das Business-Modell der Putzfrauenagentur?

Sorgsam ausgewähltes Personal für den B2C Markt. Unsere intern geschulten Aussendienstpersonen besuchen den Privatkunden in seinem Haus oder Wohnung. Sie erklären ihm unser Konzept und gehen mit ihm durch jeden Raum, nehmen detailliert auf, was ihm wichtig ist, gehen auf heikle Punkte ein

– zum Beispiel Räume oder Möbel, die wir nicht berühren dürfen, und beraten ihn, wenn nötig. Wenn der Kunde zusagt, wird ihm die passende Reinigungskraft zugeteilt. Der Erfolg steht und fällt mit der Fähigkeit, nicht nur eine gute Raumpflegerin zu suchen, sondern auch die richtigen Menschen zusammenzubringen. Wir nehmen uns viel Zeit bei der Rekrutierung der Mitarbeiterinnen und der genauen Analyse der Kundenbedürfnisse. Wir versuchen bei jeder Raumpflegerin zu erkennen, was für ein Typ Mensch sie ist, was sie besonders gut kann und was weniger gut. Das ist zentral. Denn die Zusammenarbeit setzt Vertrauen voraus – und zwar auf beiden Seiten. Wir sind organisatorisch gesprochen das Mutterhaus, der Franchisegeber. Wir haben im Moment 15 Agenturen, davon sind elf Franchise-Agenturen. Insgesamt managen wir 1'200 Personen in der ganzen Schweiz.

Das ist ein ganz schön grosser Job!

Ja, ist es. Aber auch bei den eigenen Agenturen (Tochtergesellschaften der AG) gibt es eine Agenturleiterin vor Ort, die wiederum von mir betreut und geführt wird. Im Management (Agenturleitung) haben wir übrigens nur ein Drittel Männer, bei den Raumpflegerinnen sind es zu 100 % Frauen – die Kunden wünschen das so! Selbst unsere homosexuellen Kunden möchten keinen Mann, sondern eine Frau für die Reinigung ihres Privathaushaltes.

Können Sie nach zehn Jahren das Erfolgskonzept benennen? Was macht Ihren Erfolg aus?

Wir machen uns permanent Gedanken, in welche Richtung es geht, und wie wir die Agenturen entlasten können. Was müssen wir wo investieren, damit interne Abläufe einfacher oder effizienter funktionieren. Man kommt als Unternehmer immer wieder an einen Punkt, wo man spürt, dass man jetzt wieder etwas verändern muss. Ich hatte vor fünf Jahren die Idee mit unseren Aussendiensten. Dass nicht mehr der Agenturleiter selber nach draussen zu den Kunden geht, sondern der Aussendienst. Als ich das zum ersten Mal bei unserem Quartalsmeeting den versammelten Agenturleitern vorstellte, glaubte niemand daran. Alle hatten das Gefühl, man verliere zu viele Informationen, wenn man nicht selber beim Kunden vor Ort ist. Die Zusammenführung der passenden Raumpflegerin mit dem Kunden könne nicht funktionieren. Ich war als einzige anderer Meinung und habe es an meiner eigenen Agentur mit Erfolg ausprobiert. Es ist aber entscheidend, die richtigen Leute für den Aussendienst zu rekrutieren, sie gut zu schulen und die passenden Hilfsmittel zur Verfügung zu stellen. Es hat perfekt geklappt und war ein wichtiger Schritt, um weiterwachsen zu können. In der Zwischenzeit haben wir ca. 50 Aussendienstlerinnen in der ganzen Schweiz.

Und ist Wachstum weiterhin Ihr unternehmerisches Ziel?

Permanentes Wachstum sollte das Ziel jeder Unternehmung sein. Allerdings legen wir sehr grossen Wert auf qualitatives und nicht nur quantitatives Wachstum. Unser primäres Ziel besteht darin, unsere Führungsposition weiter auszubauen.

Weiterführende Informationen: www.putzfrau.ch