



## MARKT

REIWAG steht für Kundenorientiertheit, Problemlösungsorientiertheit, Erfolg in Österreich, Tschechien, der Slowakei, Rumänien, Kroatien und Serbien in der ganzheitlichen Gebäudeinstandhaltung im Facility-Management und bei Facility Services.

Aktuell betreut das Unternehmen mit insgesamt 3.000 Mitarbeitern in Österreich und fünf Nachbarländern täglich mehr als 5,3 Millionen Quadratmeter an Betriebsflächen. Zuletzt übernahm das Unternehmen die Betriebsführung des Medizinzentrums MED22 in Wien-Donaustadt und das Catering im Prager Krankenhaus Medterra. Die REIWAG gehört somit hierzulande und in vielen CEE-Ländern zu den Branchenführern und ist stets bereit, neue Herausforderungen und Chancen auch in unterschiedlichen Branchen der Dienstleistung wahrzunehmen.

## ERRUNGENSCHAFTEN UND ERFOLGE

- Auszeichnung von Wirtschaftskammerpräsident Dr. Leitl am 24. 6. 2014 als „Hidden Champion“
- Auszeichnung Global Branding (als besonders wertvolle Marke) im Mai 2014
- Gewinner des „Entrepreneur of the year“ Awards 2013
- KSV von 1870 bestätigt REIWAG im Jahr 2013 als Unternehmen mit dem besten Rating aller vergleichbaren Firmen
- 6-fache Auszeichnung EUROPEs Top 500

## GESCHICHTE

Herr KR Viktor Wagner, der Enkel des Unternehmensgründers, erzählt seine Geschichte:  
Den Grundstein für die heutige REIWAG



Firmengruppe legte mein Großvater Jakob Wagner am 29. Oktober 1903. Mein Vater versuchte mir eine sichere Zukunft zu empfehlen, er meinte, dass ich einen pragmatisierten Beruf ergreifen sollte und er empfahl mir, nicht in der Gebäudereinigungsbranche tätig zu werden, da derartige Firmen nach dem Krieg nicht gerade von besonderen Erfolgchancen begünstigt waren. Ich folgte dem Rat meines Vaters und trat in die Zentralsparkassa ein, wo ich eine kurze intensive Ausbildung über Geldwesen erhielt, welche ich nicht missen möchte. Einer meiner damaligen Schalterkollegen war Gerhard Randa. Aufgrund der Empfehlung der Mutter eines Freundes flog ich nach New York, konnte mir gerade eine Mahlzeit am Tag leisten (Wechselkurs 1 US-Dollar = 26 ATS), suchte das Büro des damaligen österreichischen Handelsdelegierten auf und bat ihn um einen Kontakt zur Gebäudereinigungsbranche, erhielt diesen und traf am nächsten Tag den Vizepräsident Norman Davis von National Cleaning mit zirka 10.000 Beschäftigten. In einem

Kurzprogramm lernte ich Management-Know-how und Organisation kennen und flog voll unternehmerischer Erwartungen über Island mit der Fluglinie Loft Leidir über Reykjavik mit einer von Kondenswasser triefenden DC 8 zurück nach Wien. Danach ersuchte ich meinen Vater, mir die Erlaubnis zu erteilen, mit seinem Gewerbeschein eine eigene Firma beginnen zu dürfen. Zusätzlich erhielt ich die Erlaubnis von meinem damaligen Vorgesetzten in der Zentralsparkasse, dies parallel zu meiner Tätigkeit machen zu dürfen, und

heuerte den ersten Fensterputzer für meine Firma „Viktor Wagner junior“ an. Ich hatte großes Glück im Unglück, indem ich bei einem nichtverschuldeten Verkehrsunfall eine Geldsumme von 20.000 Schilling erhielt, was mein Grundkapital war. Dafür kaufte ich mir einen alten VW-Käfer, baute den Beifahrersitz aus, kaufte eine Leitengalerie – und von nun an hatte ich ein betriebsfähiges Firmenauto (!). Ich klapperte auf der Wiener Ringstraße die Geschäfte Alitalia, Enit, etc. ab, welche auch meine ersten Kunden wurden. Bald danach wurde die erste Reinigungsmaschine erstanden, und die erste Reinigungsdame kam zum Jungunternehmen. Besonders begünstigt wurde mein Vorhaben durch den Umstand, dass die Mitbewerber zu diesem Zeitpunkt kaum Wissen über Arbeitsvorbereitung, Organisation und dem Know-how, das ich in den USA erlernte, verfügten und ich deshalb zum gleichen Preis wie meine Mitbewerber viel mehr Geld verdienen konnte, noch dazu unterstützt von dem Umstand, dass 1968 der Wirtschaftsboom einsetzte und immer mehr neue Bürogebäude in Wien entstanden. Von nun an ging es bergauf, und nach



kurzer Zeit konnte ich meinem Vater den Vorschlag machen, sein Unternehmen (zirka 7 Mitarbeiter) in meines zu integrieren und ihn zum Bürochef zu ernennen. Mein Vater verstarb leider wenige Jahre danach, jedoch konnte er den Aufstieg und die Richtigkeit dieser Idee noch voll Stolz miterleben. Im Laufe der Jahre expandierten wir kontinuierlich und erhielten als eines der ersten Unternehmen im Jahre 1991 das Staatswappen verliehen. Am 25. November 1998 bekam ich vom Bundespräsidenten den Titel Kommerzialrat. Sechsmal erhielt die REIWAG-Dienstleistungsgruppe die Auszeichnung, eines der 500 dynamischsten Unternehmen Europas (1999, 2002, 2006, 2007, 2011 und 2013) zu sein (gemessen an Ertragsstärke, Beschäftigungsquote, Umsatzentwicklung, Eigenkapitalbasis) und auch einige weitere Auszeichnungen. Wir erweiterten die Servicetätigkeit auf Facility Services, das bedeutet, die gesamte Instandhaltung von Gebäuden dem Kunden aus einer Hand anzubieten, und bereits im Jahr 1990 gründeten wir in der Tschechischen Republik ein Unternehmen. In der Zwischenzeit, wie man aus dem Organigramm ersehen kann, ist die REIWAG-GRUPPE in vielen Sektoren und einigen Ländern erfolgreich tätig. Die Führungsspitze in Österreich setzt sich aus Herrn Thomas Dittrich und Herrn KR Viktor Wagner zusammen.

## PRODUKT

REIWAG bietet die komplette Gebäudeinstandhaltung (Facility-Management, Facility Services). Als besonders erwähnenswerte Marke ist KOMWAG a.s. zu bezeichnen, die in Prag und anderen Städten die Stadtstraßenreinigung und die

Müllabfuhr seit mehr als 17 Jahren erfolgreich durchführt. Es ist ein Joint Venture mit der Stadt Prag, an dem die Stadt Prag 36 % der Aktien und REIWAG 56 % der Aktien hält. Die KOMWAG a.s. verfügt über das jüngste Durchschnittsalter aller Fahrzeuge in vergleichbaren Unternehmen in der Tschechischen Republik. Bei der KOMWAG hat jeder Bewohner von Prag die Möglichkeit, im Internet zu überprüfen, wann sein Service auf die Minute genau vereinbart ist.

## AKTUELLE ENTWICKLUNGEN

Als neuestes innovatives Produkt (ALWAG d.o.o.) wird das Recycling in einem Joint Venture in Serbien – nämlich in Gajdobra, in der Nähe der Stadt Novi Sad – erfolgreich betrieben. Neue Märkte für REIWAG sind Bosnien und Herzegowina, Albanien und Montenegro.

## MARKETING UND UNTERNEHMENSIDENTITÄT

Um das Umweltbewusstsein im gesamten Unternehmen zu verankern, hat sich die REIWAG dazu entschlossen, den Aspekt „Umwelt“ vorausschauend zu bearbeiten. Das Unternehmen setzt in der Geschäftstätigkeit auf ein verantwortungsbewusstes Verhältnis zwischen Ökonomie und Ökologie. Die Integration eines Umweltmanagementsystems nach ISO 14001:2004 in das bestehende Managementsystem ist das geeignete Werkzeug zur Messung der kontinuierlichen Verbesserung der Ökologiebilanz.

## MARKENWERT

Das Geheimnis dieser Marke ist, dass Kunden mit REIWAG Verlässlichkeit, Kundenorientiertheit und eine 24-Stunden-Erreichbarkeit damit verbinden.

Mit intelligenten und innovativen REIWAG-Lösungen erhalten sie immer wieder neue Impulse zur Werterhaltung einer Immobilie – selbstverständlich in allen Bereichen des Facility-Managements und immer individuell an den Bedarf des Kunden angepasst. Geschätzt werden die hervorragenden Dienstleistung, die besonders geringe Fluktuation und das hohe Maß an Verlässlichkeit. Besonders entscheidend für den wirtschaftlichen Erfolg der Marke REIWAG ist die ethische Führung des Unternehmens unter Berücksichtigung der Gewinnstrategie. Man achtet darauf, dass es allen Mitarbeitern gut geht, sie korrekt behandelt und somit zu unternehmerischem Denken angeregt werden. Auch die eingebundenen Partnerunternehmen der REIWAG sind sorgfältig ausgewählt und arbeiten gemäß der strengen Qualitätskriterien. Dies macht die REIWAG unabhängig und flexibel für den Kunden. In der Praxis: kompetent, effizient und auf höchstem Qualitätsniveau. Mit dieser Strategie erzielte REIWAG im Jahr 2013 etwas mehr als 64 Millionen Euro Umsatz.



**KR VIKTOR WAGNER**  
GESCHÄFTSFÜHRER

## WAS SIE NOCH NICHT WUSSTEN ...

- REIWAG UNTERHÄLT KUNDENBEZIEHUNGEN (SHELL, VAMED, ALLIANZ U. V. M.), DIE TEILWEISE SCHON SEIT 40 JAHREN BESTEHEN.
- BEI DEN REIWAGIANERN GIBT ES NAHEZU KEINE FLUKTUATION. DAS ZEIGEN DIE VIELEN MITARBEITEREHRUNGEN NACH 5, 10, 15, 20, 25 UND 30 JAHREN.