

# Erfolgsgeschichte



## Wohlfühlen in Ingolstadt Village

Partnerschaft mit dem Menschen im Mittelpunkt

### FAKTEN

#### Der Kunde

Branche: Retail  
Mitarbeiter: 120 in Deutschland, 1.300 weltweit  
Dienstleistungen: Entwicklung und Betrieb von  
Luxus-Shopping-Villages

#### Der Auftrag

Standort(e): Ingolstadt und Wertheim (seit 2014)  
Dienstleistungen: Unterhaltsreinigung, Winterdienst,  
Sicherheit (seit 2021)  
Besonderheiten: Luxus-Ambiente, Interaktion  
mit (internationalen) Gästen



Partnerschaft mit dem Menschen im Mittelpunkt

# Wohlfühlen in Ingolstadt Village

Ein einzigartiges Shopping-Erlebnis – das verspricht Value Retail mit The Bicester Collection den Gästen in seinen weltweit elf Luxus-Shopping-Villages. Zwei davon befinden sich in Deutschland: Wertheim Village und Ingolstadt Village locken das ganze Jahr über anspruchsvolle Kunden aus dem In- und Ausland in ihre Boutiquen. In beiden Shopping-Villages setzt Value Retail auf Piepenbrock als Partner für Sauberkeit und Sicherheit.

Foto: Ingolstadt Village.

Wer in die Shopping-Villages von Value Retail fährt, der möchte nicht einfach „nur“ einkaufen, denn dort bekommt er mehr als das – ein echtes Wohlfühl-Erlebnis. Gegründet 1992 hat sich Value Retail darauf spezialisiert, Shopping-Villages zu entwickeln und zu betreiben. Diese umfassen rund 1.000 Boutiquen führender internationaler Mode- und Lifestyle-Marken weltweit und bieten ein einzigartiges Luxus-Einkaufs-

erlebnis. Hochwertigkeit spiegelt sich sowohl in der Auswahl der Marken als auch in den Gebäuden und der Innenausstattung sowie beim Service wider. Das setzt sich beim Thema Sicherheit und Sauberkeit fort – seit 2014 ist Piepenbrock bereits für die Reinigung der beiden deutschen Shopping-Villages verantwortlich. Im Zuge einer Neuausschreibung kamen 2021 Sicherheitsdienstleistungen hinzu.

## **Vertrauen in den neuen alten Partner**

Die Basis für die Auftragsserweiterung bildete die Zusammenarbeit in der Reinigung. Doch ist Piepenbrock auch für den Bereich Sicherheit der richtige Partner? Diese Frage beantwortete ein Besuch in Berlin: Dort ist das Unternehmen bereits seit 2003 mit Sicherheitsdienstleistungen in den Liegenschaften des Bundestags beauftragt. „Die Professionalität vor Ort hat uns überzeugt“, erinnert sich Steven Voce, Senior Operations & Services Manager bei Value Retail, „ebenso der Faktor, dass Piepenbrock ein familiengeführtes Unternehmen ist. Mit anderen Partnern war es zuvor nicht möglich, ein persönliches Vertrauensverhältnis und eine offene Kommunikation aufzubauen, weil das nicht Teil ihrer DNA war. Das ist bei Piepenbrock anders.“ Diese Kommunikation pflegt Voce mit Francesca Görner, Piepenbrock Niederlassungsleiterin in München, schon seit der Implementierung 2014 und nun auch mit Thimo Domann, der als Bereichsleiter das Thema Sicherheit betreut. Neben diesen beiden sucht Voce aber in Ingolstadt Village, für das er zuständig ist, auch immer gerne den Kontakt zu den Mitarbeitern vor Ort. Eine Wertschätzung, die sich wiederum positiv auf die Stimmung im Village selbst überträgt – und so auch auf die Gäste.

## **Gemeinsam die ‚Guest Experience‘ gestalten**

Deren Bedürfnisse kennt Voce genau, ebenso die vielen kleinen Maßnahmen, die zu einem gelungenen Besuch beitragen: „Einkaufen ist eine emotionale Geschichte und die fängt für den Gast schon an, wenn er bei uns auf den Parkplatz fährt.“ Für 1.800 Fahrzeuge ist dieser ausgelegt – inklusive Ladestationen für E-Autos. An besucherstarken Tagen weisen Sicherheitsmitarbeiter von Piepenbrock den Gästen zügig den Weg in die nächste freie Lücke. Ins Village selbst gelangen die Besucher durch eines von drei Toren. An jedem steht ein Piepenbrocker, der alle freundlich – bei Bedarf auch in Fremdsprachen – begrüßt und bei Fragen genau weiß, wie man am schnellsten zu einer gewünschten Marke kommt. Ein Service, der nicht selbstverständlich ist, den das Ingolstadt Village zusammen mit Piepenbrock aber gerne bietet. Denn: Entspannt ankommen heißt entspannt shoppen. Dieses Konzept zieht sich konsequent durch – an jedem Berührungspunkt mit Mitarbeitern, bei jedem Bedürfnis des Gastes. Diese vorausszusehen und mit persönlichem Service darauf einzugehen, ist wichtig, betont Voce: „Das Einkaufserlebnis hängt nicht nur von dem Produkt ab, sondern von meiner emotionalen Bindung zu einer Marke. Aber auch, wie ich es empfinde, während des Einkaufs als Mensch behandelt und wertgeschätzt zu werden.“

## **Service wird großgeschrieben**

Value Retail lebt mit The Bicester Collection eine Service-Philosophie, die das Wohlfühlen der Gäste zum Maßstab macht. Wie sieht das konkret in Ingolstadt Village aus? Das Village selbst bietet von kostenlosen Parkplätzen über individuelle Mode- und Styling-Beratung bis hin zu „Hands-free-Shopping“-Service, bei dem die Einkäufe für den Gast zum Auto getragen werden, verschiedene Annehmlichkeiten. „Wenn wir uns mit einem Hotel vergleichen, dann sehen wir uns auf einem Fünf-Sterne-Niveau und möchten unseren Gästen daher ein entsprechendes Service-Level bieten“, setzt Voce die Messlatte hoch. Dass Piepenbrock im Village eine besondere Rolle einnimmt, ist Görner bewusst: „Unsere Kollegen vor Ort tragen auf verschiedenste Weise dazu bei, dass sich die Gäste in Ingolstadt Village wohlfühlen – in erster Linie, indem sie den Park-

## **FAKTEN**

### **Der Kunde**

Branche: Retail  
Mitarbeiter: 120 in Deutschland, 1.300 weltweit  
Dienstleistungen: Entwicklung und Betrieb von Luxus-Shopping-Villages

### **Der Auftrag**

Standort(e): Ingolstadt und Wertheim (seit 2014)  
Dienstleistungen: Unterhaltsreinigung, Winterdienst, Sicherheit (seit 2021)  
Besonderheiten: Luxus-Ambiente, Interaktion mit (internationalen) Gästen



Herzlich willkommen in Ingolstadt Village: Regelmäßig wird für die Gäste umdekoriert, um ihnen immer wieder etwas Neues zu bieten – auch dabei unterstützen die Piepenbrocker tatkräftig.

platz, die Einkaufsstraße, die sogenannte Mall, oder die WC-Bereiche sauber halten, aber auch indem sie beim Dekorieren unterstützen oder Sitzflächen nach einem Regenschauer wieder abtrocknen.“ Darum kümmern sich 20 Piepenbrocker. Sie sind Montag bis Samstag von 6 bis 21 Uhr im Einsatz. Sie entfernen Kaugummis, leeren Aschenbecher und Mülleimer und beseitigen Essensreste rund um die Gastronomie-Stationen. Piepenbrock versorgt das Village außerdem mit verschiedensten Verbrauchsmaterialien: Handtuchpapier, Seife und Desinfektionsmittel gehören ebenso dazu wie Wickelaufgaben oder Kinderwägen. Auch den Winterdienst stellt das

Unternehmen. Das Kopfsteinpflaster in der Einkaufsstraße wird dabei von Hand gereinigt und der Schnee vollständig aus dem Mall-Bereich entfernt.

#### **Immer den Menschen im Blick**

Wenn eine Boutique umgebaut wird, das Schaufenster oder die Markise gereinigt werden muss oder für besondere Anlässe Security gebraucht wird – kurzum: immer dann, wenn eines der Geschäfte im Village Bedarf für die Dienste von Piepenbrock hat, ist der Weg buchstäblich nicht weit. Man kennt sich, ganz wie in einem echten Dorf. Kurze Wege sollen auch die Gäste haben: Egal, wo sie sich befinden, wenn sie einen An-

sprechpartner brauchen, ist dieser nie weiter als wenige Gehminuten entfernt. Das gilt für allgemeine Informationen, aber auch, wenn Hilfe anderer Art benötigt wird: Tasche stehengelassen? Kind aus den Augen verloren? In solchen Fällen ist Piepenbrock erste Anlaufstelle – mit insgesamt zwölf Sicherheitsmitarbeitern sowie einem Objektleiter, die die drei Tore, die Sicherheitszentrale sowie den Parkplatz betreuen. „Die Gäste sollen sich zu jedem Zeitpunkt sicher fühlen, doch darüber hinaus nimmt Service einen sehr hohen Stellenwert ein“, betont Domann. „Das erfordert von unseren Mitarbeitern eine gewisse Mentalität und zugleich hohe Aufmerksam-

keit. Für sie ist es zum Beispiel selbstverständlich, einem Gast mit den Taschen zu helfen.“ „Wir wünschen uns explizit, dass die Mitarbeiter von Piepenbrock sich als Mensch einbringen und sich als Teil dieser Guest Experience begreifen“, ergänzt Voce. „Jeder kennt seine Aufgabe, übernimmt Verantwortung für seinen Bereich – schaut aber auch über den Tellerrand hinaus.“ Das kann Görner bestätigen: „Wenn jemandem aus dem Sicherheitsteam etwas auffällt, was die Reinigung betrifft, dann sagt er den Kollegen Bescheid und umgekehrt. Es ist klar, dass wir nicht zu jedem Zeitpunkt überall sein können, doch auf diese Weise können wir trotzdem schnell reagieren.“

### Die Welt zu Gast im Dorf

Andere Länder, andere Sitten: In Ingolstadt Village zieht Gäste aus aller Welt an. Für manch einen ist es selbstverständlich, seinen Abfall an Ort und Stelle fallen zu lassen. Andere wiederum schätzen, dass sie sich jederzeit in einen sauberen Bereich zum Beten zurückziehen können. Auch auf diese Anforderungen sind Village und die Reinigungskräfte von Piepenbrock vorbereitet. Die Kollegen aus der Sicherheit sind selbst – ganz bewusst – international aufgestellt: „Das Ziel verfolgen wir seit Beginn der Zusammenarbeit. Englisch, Französisch, aber auch Arabisch oder Serbisch: Mit dem Team, das wir mittlerweile haben, kommen



Die Gäste sollen sich wohlfühlen: Dafür sorgen die Piepenbrocker in Ingolstadt Village unter anderem dadurch, dass sie die WC-Bereiche sauber halten.

wir unseren Gästen sprachlich sowie mit einer großen interkulturellen Kompetenz entgegen“, so Voce. „Eine wichtige Säule ist dabei der Objektleiter Slim Abidi, der allein schon vier Sprachen beherrscht und noch dazu unseren Servicegedanken absolut verinnerlicht hat – und an sein Team weitergibt.“ Das kommt bei den Besuchern an: „Der Gast kann bei uns eine Bewertung abgeben. Das wird in allen Villages gleich gemacht und daraus ein Ranking erstellt“, erläutert Voce, „und innerhalb der europäischen Villages, ist Piepenbrock im Bereich Reinigung und Sicherheit auf dem ersten Platz.“ Trotzdem bleibt immer noch Luft nach oben, doch Voce

ist optimistisch: „Die Werte von durchgehend 90 bis 95 Prozent sind toll, aber ich bin mir sicher, dass wir gemeinsam auch noch die 100 Prozent erreichen werden!“ Die Voraussetzungen dafür sind durch den offenen und wertschätzenden Umgang geschaffen. Dieser motiviert und sorgt dafür, dass sich beide Partner gemeinsam stetig weiterentwickeln – immer zum Wohl der Gäste.

## KONTAKT

**Tim Brockfeld**  
Junior Key Account Manager  
Großkunden Facility Management,  
Osnabrück

Telefon: 0541 5841-496  
Mobil: 0177 9400822  
E-Mail: t.brockfeld@piepenbrock.de

