

SCHOON.

ONDERNEMERSCHAP

ACTUEEL

Elke dag weer: veilig
en gezond werken

AAN TAFEL

Een goede relatie
vul je samen in

ERWIN DE JONG

Directeur Effektief Groep

**'ONZE
SCHOONMAKERS
MOGEN NIET DE
DUPE WORDEN.'**

**SCHOON
MAKEND
NEDER
LAND**



Artikelen

06 COVERSTORY.

Erwin de Jong: 'Het is belangrijk om positief te blijven'

12 AAN TAFEL.

Een goede relatie vul je samen in

16 LEDENVOORDEEL.

Ieder mkb-bedrijf zijn contributie laten terug verdienen

20 ACTUEEL.

Elke dag weer: veilig en gezond werken

26 PORTRET.

Nellen Schoonmaakdiensten en Caster Schoonmaakbedrijf:
Visie op de schoonmaakbranche

Rubrieken

04 OP DE WERKVLOER.

Weekra Schoonmaak en Wasserij

11 COLUMN.

Arko van Brakel: Is 'schoon' het
nieuwe 'rijk'?

15 HOTSPOT.

'Robots verlichten werk van schoonmakers'

19 IN DE STEIGERS.

Mijnschonewerkplek.nl

24 NIEUWS.

Koningin Máxima op werkbezoek
bij CSU

30 OPVALLEND.

Claudio Bolman

31 OPLEIDINGEN EN AGENDA.

Overzicht van de komende activiteiten



Aan- moediging

De werelden van ondernemers en politici zijn totaal verschillend, hoor ik wel eens zeggen. Omdat ik in beide werelden verkeer, kan ik dat beeld bijstellen. Er zijn zeker grote verschillen, maar ook overeenkomsten. Aan beide kanten is een gevoel van verantwoordelijkheid voor de maatschappij, waarin we met elkaar leven.

Tijdens de coronacrisis heb ik gezien hoe overal werd gezocht naar de juiste maatregelen. Zowel de leiding van ons land als de ondernemers moesten reageren op de actualiteit van de crisis en tegelijkertijd nadenken over de toekomst. Die twee zijn nauw met elkaar verbonden. Je kunt pas nadenken over de toekomst als je vandaag overleeft, maar zonder visie op langere termijn is de toekomst inhoudsloos. Binnen Schoonmakend Nederland is dit niet anders. In tijden van crisis is ons eerste doel het ondersteunen van de ondernemers om de moeilijke periode door te komen. Je zult jouw omzet maar zien verschrompelen. Belangenbehartiging voor voldoende steun voor de hele sector stond bovenaan op onze agenda. Tegelijkertijd zijn we hard blijven werken aan de toekomst, aan onze positie als schoonmaakbranche. Door de coronacrisis is het belang van schoonmaak en hygiëne gelukkig duidelijker dan ooit. Voor een gezonde samenleving is schoon geen luxe, maar noodzaak.

Werkgelegenheid is tijdens, maar zeker ook na de crisis, van grote betekenis. Onze bedrijven hebben hun verantwoordelijkheid laten zien en willen dat blijven doen. Ik noem alleen al de inspanningen voor duurzame inzetbaarheid van medewerkers en hen kansen geven zich te ontplooien. Dat kan echter alleen wanneer bedrijven gezond zijn. Of dat weer snel worden, als ze door de crisis getroffen zijn. Ondernemerschap moet de komende tijd de ruimte krijgen. Daar past geen lastenverzwaring voor het bedrijfsleven bij. Dat is straf geven aan degenen die juist een aanmoediging verdienen. Goed draaiende bedrijven dienen een maatschappelijk belang. Dat brengt de werelden van politiek en ondernemers bij elkaar.

*Piet Adema
voorzitter Schoonmakend Nederland*



Agnieszka en Louise van Weekra Schoonmaak en Wasserij maken glimlachend de vakantiehuysjes schoon bij Camping Juliana-hoeve. Ze zorgen voor de facilitaire dienstverlening van A tot Z, zodat vakantiegangers in een schoon en fris vakantiehuys verblijven en kunnen genieten van een zorgeloze vakantie.

Om het werk goed uit te voeren, werken ze verantwoord volgens de nieuwe coronaregels.

Wij dragen zorg voor een gezonde en schone leefomgeving

Schoonmaakprofessionals vormen het hart van onze samenleving. 175 verschillende nationaliteiten en achtergronden werken op een inclusieve manier samen. Waardevol werk voor deze mensen en voor ons.

Overal zijn schoonmakers aanwezig, zichtbaar of onzichtbaar achter de schermen om te zorgen voor aangename hygiënische gebouwen. Van waarde voor het functioneren van onze maatschappij, de gezondheid van mensen en voor een duurzaam milieu zonder vervuiling.

Ondernemen tijdens de coronacrisis

'Het is belangrijk om positief te blijven'

Het Centraal Planbureau is optimistisch over de groei. Het aantal faillissementen is laag. Het vaccineren van de bevolking verloopt gestaag. Dat klinkt allemaal positief. Toch is voor bedrijven de coronacrisis nog lang niet voorbij. De schok is groot geweest. Ook in de schoonmaaksector, ondanks alle aandacht voor hygiëne en extra schoonmaakwerk. Je zult maar theaters, stadions en evenementen als vooraanstaande klanten hebben. Erwin de Jong is directeur van zo'n onderneming. Openhartig blikt hij terug op een intensief, vermoeiend en zeer bewogen jaar. >





De verleiding is groot om het beeld van een aardbeving te gebruiken. Het hoofdkantoor van Effektief Groep staat immers in Groningen. De schade is groot, het incasseringsvermogen wordt enorm op de proef gesteld, maar de kracht om door te gaan overheerst. Laten we de parallel toch maar niet trekken. Corona is een schok, die niemand had zien aankomen. De effecten zullen nog lang merkbaar zijn. Ook voor Erwin de Jong, algemeen directeur en mede-eigenaar.

De ING plukte hem ooit als veelbelovend talent uit de collegebanken. Hij leerde inzicht krijgen in cijfers. Het internationale schoonmaakbedrijf OCS vormde hem op het vlak van management, organisatie en besluitvaardigheid. In 2009 kwam Effektief op zijn pad. Eenmaal aan de leiding was zijn ambitie gericht op groei. Uitbreidingen en acquisities stuwden Effektief Groep op tot de top-10 van de Nederlandse schoonmaakbranche. De jaaromzet is ruim 80 miljoen euro. De Jong maakte het bedrijf breder; er kwamen catering- en uitzendactiviteiten bij. Tegelijkertijd specialiseerde het bedrijf zich onder meer in schoonmaak bij evenementen, in stadions, theaters en grote congresaccommodaties. Begin 2019 stond de aankoop van een nieuw bedrijf op de agenda. Toen was daar opeens corona.

Krimp

Ongewild en onverwacht moest De Jong leren omgaan met krimp. Dat had hij niet eerder meegemaakt. Het was heftig. Direct in de eerste week daalde de omzet van

de uitzend- en horecatak met 68 procent. Dat was pas het begin. De evenementenbranche stortte in en scholen gingen dicht. Voor fulltime schoonmakers was opeens geen werk meer. Dan hebben directeur en managers de opdracht om razendsnel te handelen. 'Ik kon niet afgaan op ervaring', vertelt hij. 'De manier waarop je moet sturen op cijfers, wordt opeens heel anders'. Hoe zorg ik dat mijn bedrijf hier doorheen komt? Die vraag hield hem bezig. Dag en nacht. Letterlijk. 'Ik werkte in die periode zeven dagen per week. Meer dan een paar uur slaap had ik niet. Mijn hersenen bleken niet meer in staat zich even uit te schakelen.'

Goed bedacht

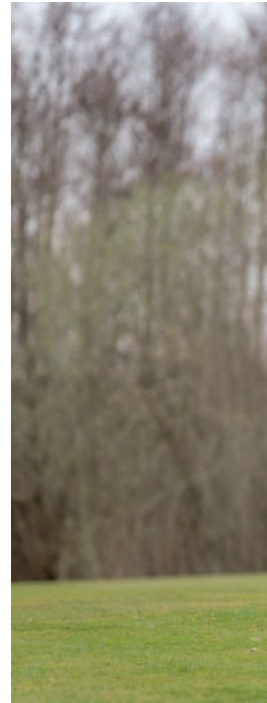
De ondernemers kregen steun van de overheid. De Jong is positief over de NOW-regeling, de tegemoetkoming in de loonkosten. 'Het was voor ons soort ondernemingen een welkome regeling. Onder grote tijdsdruk tot stand gekomen, maar goed bedacht.' Hij is ook tevreden over de acties van zijn branchevereniging, toen nog onder de naam OSB, om de belangen van de sector te behartigen en de bedrijven bijeen te brengen. Gemeenschappelijk werd over de ontstane problemen gesproken. Hij zag ook dat de NOW niet voor iedereen soelaas bood. 'Veel kleinere bedrijven uit ons klantenbestand vielen buiten de boot. En als de overname was doorgegaan, hadden wij er ook geen gebruik van kunnen maken. De grens tussen wel én niet in aanmerking komen, is als een betonnen paal'. Soms moet je geluk hebben.

Schoonmakers

Terugblikkend heeft zijn bedrijf stevige klappen opgelopen. Een kwart van de omzet verdween. Van een groeistrategie was geen sprake meer. Hoe onzeker de situatie ook was, enkele zaken stonden vast. 'Ik had mij voorgenomen dat onze schoonmakers niet de dupe mochten worden. Net zomin als onze leveranciers'. Die belofte is hij nagekomen. Ingrepen in het bedrijf waren echter onontkoombaar. Bij een kwart minder omzet past een organisatie met afgeslankte overhead. Dat ging niet pijnloos. Het bedrijf moest afscheid nemen van mensen met een lange staat van dienst. De Jong: 'Ik kende sommigen al heel lang. Dat is niet gemakkelijk, maar het moest. Ik heb al de gesprekken zelf gedaan. Het overbrengen van slecht nieuws moet je niet overlaten aan personeelszaken. Ik vind het mijn taak. Het waren estafettezittingen. Steeds opnieuw heb ik iedereen uitgelegd hoe ik tot de conclusie was gekomen. Openheid en duidelijkheid zijn noodzakelijk. Verreweg de meesten begrepen het wel, hoe pijnlijk het ook was.'

Geen antwoorden

Nog meer dan normaal waren in die tijd alle ogen op de directeur gericht. Iedereen had vragen. Wat gaat het bedrijf doen? Hoelang duurt het nog? Wat verandert er en wat niet? Wanneer zijn er weer evenementen? De Jong: 'De vragen waren terecht. Maar ik had ook geen antwoorden. Normaal heb ik de zaken goed onder controle. Ik ben een cijfermens en weet precies hoe de zaken ervoor staan. Maar



**HET OVERBRENGEN
VAN SLECHT
NIEUWS
MOET JE NIET
OVERLATEN AAN
PERSENEELSZAKEN**



IK HAD MIJ VOOR- GENOMEN; ONZE SCHOONMAKERS MOGEN NIET DE DUPE WORDEN

ik wist het ook niet. Dan is het belangrijk om toch vooral positief te blijven.' Inmiddels is er meer duidelijkheid. Voor heel 2021 is de omzet op evenementen op nul gezet. Grote internationale congressen en shows ziet hij ook in 2022 nog niet terugkomen. Met een natuurlijke drang tot groei, is hij nu vooral realistisch.

Gevoelens

Erwin de Jong is een Fries. Volgens de clichés zijn het nuchtere mensen, die niet met hun emoties te koop lopen. Hij past in dat beeld. Je kunt je gevoelens niet laten zien. Dat is niet mijn rol. Ik moest het bedrijf leiden in de moeilijkste situatie, die ik ooit

had meegemaakt. Als ik val, sta ik op en ga ik weer verder. En als je dan weer valt, sta je weer op. Daar ben ik groot mee geworden. Natuurlijk heb je daar gevoelens bij. Ik laat die niet gemakkelijk zien. Het was keihard werken. Het was permanent omschakelen, voor het hele bedrijf'. Als voorbeeld noemt hij het sluiten en weer opengaan van de scholen. 'Er komt een aankondiging en iedereen verwacht dat alles meteen weer geregeld is. Wij hebben vier- tot vijfhonderd scholen in ons klantenbestand. Dan moet je heel snel kunnen op- en afschalen.' Bovendien hadden klanten allemaal verschillende wensen. 'De een wilde extra aandacht voor de deurknoppen, de andere voor tafels en stoelen. Alles en iedereen was in beweging.'

Bewondering

Tegenover het wegvallen van werk, stond extra vraag elders. Binnen de zorg werd schoonmaak opeens nog belangrijker. Bij datacentra was veel meer werk te doen dan eerst. De Jong toont in het gesprek mateloze bewondering voor zijn mensen die dat allemaal hebben gedaan. In oktober vorig jaar werd het echt zwaar. De tweede golf diende zich aan. Het optimisme van de zomer was weg. De mensen waren moe.

De crisis heeft Erwin de Jong veel geleerd. Ook over zijn klanten. 'Negentig procent is een goede opdrachtgever. Ze hebben samen met ons gezocht naar een oplossing. Als jouw omzet helemaal wegvalt, kun je de schoonmaak niet laten doorgaan alsof er niets aan de hand is. Dat snap ik ook. Bij zo'n tien procent was geen sprake van >



ook maar enige redelijkheid.' Hij houdt zich vooral vast aan die 90%.

Toekomst

De Jong kijkt alweer vooruit. Aan het eind van het gesprek wil hij nog één thema aanroeren: voldoende arbeidskrachten voor de toekomst. 'Ik maak me zorgen over het snel stijgende ziekteverzuim', zegt hij. Daarbij doelt hij niet op corona, maar op de afweziging of iemand wel of niet aan het werk kan. De oproep om bij de minste klachten thuis te blijven, past misschien bij deze pandemie, maar mag geen structureel karakter krijgen. 'Dat wil ik in brancheverband eens graag aan de orde stellen. Net als mijn zorgen over onze personeelsopbouw. Bijna 80 procent

Erwin de Jong zit al vanaf zijn vijftiende in het schoonmaakvak. Eerst als bijbaan om zijn studiekosten te kunnen betalen, later als operationeel manager. Vanaf 2009 is hij betrokken bij Effektief facility services, eerst als operationeel directeur en sinds 2015 als algemeen directeur. De Jong is tevens mede-eigenaar. De onderneming is actief in de schoonmaak, catering en het uitzendwezen. Het bedrijf heeft een kleine 2500 medewerkers. Naast het hoofdkantoor in Groningen zijn er vestigingen in Hogeveen, Leeuwarden en Aalsmeer en twee operationele steunpunten in Almelo en Hilversum. Effektief werkt in kantoren, de zorg, evenementen en ontspanning, industrie, onderwijs, overheidsgebouwen, winkels en showrooms.

van mijn mensen heeft een vast contract. Hun gemiddelde leeftijd is 51 jaar. Daar moeten we wat mee.' Het mag niemand verbazen als deze thema's binnenkort op de agenda van Schoonmakend Nederland staan. Omgaan met uitdagingen kenmerkt de ondernemer. ■

Meer lezen over dit onderwerp?
Scan de QR-code:



Is 'schoon' het nieuwe 'rijk'?

Kent u veel mensen die elke dag enthousiast opstaan met het idee om eens lekker het milieu te gaan vervuilen? Nee, natuurlijk niet. Bijna iedereen staat op met het idee om lekker aan de slag te gaan, mensen te ontmoeten, te studeren, kortom om leuke, nuttige of belangrijke dingen te doen.

Toch leidt veel van wat we doen tot vervuiling. We stoppen onze lunch in een plastic zakje, kopen frisdrank in een blikje of we gooien onze tank vol met benzine of diesel. Ons lekkere broodje bal kost grote hoeveelheden water, stikstof, methaan en andere broeikasgasen. En dan heb ik het niet eens over onze vliegvakanties, de kleding die we dragen of het gebrek aan biodiversiteit, dat we wereldwijd hebben veroorzaakt. Het probleem is dat in ons normale, dagelijkse gedrag, volkomen onbedoeld, zoveel vervuilende patronen zijn ingesleten, dat we hier nauwelijks uit kunnen breken zonder voor buitenbeentje of zonderling uitgemaakt te worden.

De coronacrisis heeft aangetoond dat we wel degelijk snel ons gedrag kunnen veranderen als dat echt nodig is. Helaas is daar vaak een acuut probleem voor nodig, zoals een ramp of pandemie. Langzaam ontwikkelende problemen, zoals klimaatopwarming of een ongezonde levensstijl, die we dus niet plotsklaps opmerken, zijn duidelijk minder motiverend. Maar dat maakt ze niet minder belangrijk. Wel motiverend voor snelle veranderingen in gedrag en andere keuzes, zijn inspirerende rolmodellen en jaloersmakende symbolen van succes. Een Tesla straalt voor veel mensen succes uit. Een elektrische fiets staat voor gezonde vrijheid. Zonnepanelen zijn slim. Dus dat willen veel mensen ook. Misschien hebben we wel meer van dit soort nieuwe, duurzame symbolen nodig.

Mensen willen namelijk altijd hun situatie verbeteren, willen eigenlijk altijd meer. Meer welvaart, meer succes, meer plezier. Ons onderscheiden. Net als andere zoogdieren. De sterkste, meest succesvolle stier krijgt immers de meeste koeien. Wij zijn niet wezenlijk anders. De vraag is dus: wat is ons 'nieuwe meer'? Hoe ziet succes eruit in een schone, duurzame wereld? Welke symbolen en rolmodellen horen daarbij? En wat betekent dat voor ons en ons werk? Een schone planeet begint met schoon gedrag. Is schoon daarmee niet het nieuwe rijk?

Arko van Brakel
Ondernemer



V.l.n.r.: Joyce Verhagen (Parkstad Opleidingen) en Madelon Meijer (Prima Clean)



De verhouding tussen schoonmaakbedrijf en opdrachtgever

Een goede relatie vul je samen in



Vertrouwen, korte lijnen en openheid. Dat zijn de ingrediënten van een goede relatie tussen opdrachtgever en opdrachtnemer. Op deze manier resulteert het schoonmaakwerk in tevredenheid aan beide kanten. Zo eenvoudig is het eigenlijk, vinden een teamleider van een schoonmaakbedrijf en haar contactpersoon aan opdrachtgeverskant. Je moet het samen doen.

Het is eind maart en met meer dan 20 graden bijna zomers. De korte winter is al bijna vergeten, wanneer de opgewaaide sneeuw van februari ter sprake komt. Aan tafel zitten Joyce Verhagen van Parkstad Opleidingen uit 's-Hertogenbosch en Madelon Meijer van Prima Clean uit Hedel. Het winterse voorval is een mooie illustratie van hun onderlinge relatie. Joyce belde meteen naar Madelon, toen door de sneeuw de parkeerplaats van het opleidingscentrum onbruikbaar was geworden. Kon het schoonmaakbedrijf misschien hulp bieden? Madelon Meijer antwoordde zonder aarzelen: 'Dat kan!'. Haar instelling en die van het bedrijf is; hoe verander ik een probleem in een oplossing? 'Het is mijn uitdaging om zorgen van de klant weg te nemen.' >

Partnerschap

De schoonveegactie laat zien hoe beiden met elkaar omgaan. Opdrachtgever en -nemer hebben een open relatie, waarbij de verbondenheid verder gaat dan een zakelijk contract. Zo moet het ook, zeggen ze allebei stellig. Een goede samenwerking zorgt voor het beste resultaat. De insteek voor het gesprek is 'strategisch partnerschap'. Ze zeggen het liever gewoon; zorg dat je elkaar weet te vinden. Het is belangrijk knelpunten open en zonder verwijten te kunnen bespreken. Het doel moet altijd een oplossing zijn, waarmee beiden tevreden zijn. Verhagen: 'In onze opleidingen en ons bedrijf draait het om veiligheid en kwaliteit. Dan moet je bezoekers een veilige werkomgeving kunnen garanderen. Zeker het afgelopen jaar was schoonmaak daarin cruciaal. Prima Clean is voor ons een uitstekende partner gebleken.'

Flexibiliteit

De samenwerking dateert van eind 2019. Het opleidingsbedrijf opent met zusterbedrijf Parkstad Inspecties in 's-Hertogenbosch een nieuwe locatie. Hier vinden de opleidingen plaats voor onderhoud en controle van technische installaties, zoals stooktoestellen, zonnestroominstallaties en elektra. Er zijn kantoren, leslokalen en een grote praktijkruimte. Die moeten iedere ochtend schoon en uitnodigend zijn als de cursisten aankomen. Vijf keer per week komt vaste medewerkster Daphne van Prima Clean aan het eind van de dag langs. Als er veel cursisten zijn geweest, is er meer werk. In overleg wordt dan besloten die dag wat langer te werken en op een stille dag wat minder. 'Voor de klant is die flexibiliteit belangrijk', aldus Meijer. 'Het betekent ook dat je medewerkers op die manier naar hun werk moet laten kijken. Waarmee is de klant het best geholpen? Ook binnen een contract met een aantal afgesproken uren is dat goed te doen.'

Korte lijnen

Door die flexibiliteit en klantgerichtheid was het voor Verhagen een vanzelfsprekendheid om het schoonmaakbedrijf te bellen na de sneeuwstorm. Dat klaarde de klus in korte

HET GAAT EROM DAT JE ELKAAR WEET TE VINDEN

tijd. Tijdens het gesprek beklemtonen beiden het belang van korte lijnen. Verhagen: 'Ik heb één vast contactpersoon en dat is Madelon. Ik kan haar bij wijze van spreken dag en nacht bellen. We kennen elkaar goed.' Een laagdrempelig contact past bij de bedrijfscultuur van Prima Clean. Twee keer per jaar zitten beiden wat langer aan tafel om zaken door te spreken. Tussendoor is er contact als dat nodig is. 'Op een opmerking of vraag volgt direct een actie', zegt Verhagen. 'Dat kan', verduidelijkt Meijer, 'Doordat ook binnen ons bedrijf met 20 personeelsleden de lijnen kort zijn.' Met een goed contact en open communicatie houdt je elkaar scherp, oordelen beiden.

Coronacrisis

We komen te spreken over 2020 en de coronacrisis. Hoe is daarmee omgegaan? Toen de vraag naar opleidingen plotseling inzakte, gingen beide partijen aan tafel voor overleg. Het uitgangspunt was; hoe vullen we onze relatie in, zodat we samen tevreden zijn? En niet; wat is contractueel vastgelegd waar de ander niet onderuit kan? Het aantal uren werd tijdelijk afgeschaald. Een tijd later was er juist extra werk. Parkstad Opleidingen en Prima Clean moesten intern verbouwen om aan de corona-eisen te voldoen. 'Je doet het goed als je meebeweegt met de klant', aldus Meijer.

Naast alle ellende heeft de coronacrisis ook iets positiefs gebracht. Meer dan ooit is er in de samenleving aandacht gekomen voor het belang van schoonmaak. Er is meer waardering voor het werk en de medewerkers. Voor Meijer en Verhagen is dat belang vanzelfsprekend. Over hoe je dat invult, zijn ze eensgezind. 'Je moet het samen doen'. ■

Meer lezen over dit onderwerp? Scan de QR-code:



Robotiseringsproject Fontys

'ROBOTS VERLICHTEN WERK VAN SCHOONMAKERS'



Ik hoor een gezoem in de kamer naast me en terwijl de schoonmaker mijn bureau afstoft, vraag ik me af waar het geluid vandaan komt. Ik kom achter mijn bureau vandaan en vol verbazing kijk ik naar een robot, die met zijn volautomatische armen de poten van bureaustoelen schoonmaakt. 'Wow,' denk ik, 'Wat fijn deze hulp voor onze schoonmaker, zodat ze niet alles zelf hoeft te doen.' Dit plaatje is zeker geen droom, maar de toekomst in schoonmaak. Michiel van Osch, hoofdonderzoeksleider bij het kenniscentrum Mechatronica en Robotica bij Fontys in Eindhoven doet er, met de bijdrage van al meer dan 20 studenten, onderzoek naar, met als gewenst resultaat: een efficiënt werkende schoonmaakrobot. 'Robots zullen nooit mensen vervangen, maar ondersteunen is zeker mogelijk.'

De Fontys Hogeschool in Eindhoven ademt innovatie uit. Niet zo gek dus, dat CSU hen vroeg mee te denken in het project rondom robotisering in de schoonmaak. 'In december 2019 verzorgde CSU een workshop op de TU. Er werd verteld dat er behoefte is aan schoonmaakrobots, die ook bij randen en hoekjes kunnen komen. Dat moet wel mogelijk zijn, dacht ik,' legt Van Osch uit. 'De vraag was in eerste instantie of de robot in staat is de vloer, langs hoeken, randen en plinten schoon te maken. Later is daar schoonmaken van poten van bureaustoelen bijgekomen. Deze taken zijn nog niet zo gemakkelijk, omdat een robot van alles tegen kan komen, zoals een deurstop, vuilnisbak of radiator. Een robot heeft dus hulp nodig van de schoonmaker. Die kan gelijktijdig andere taken doen en soms de robot helpen door bijvoorbeeld iets aan de kant te zetten, zodat de robot weer verder kan. De truc is de juiste balans vinden tussen het

werk van de schoonmaker en van de robot. Er is nu een robot ontwikkeld, die bij de randen kan en ook bureaustoelen kan schoonmaken. De praktijk zal uitwijzen of dit haalbaar is.'

Branche

Naast een aantal schoonmaakbedrijven is nu ook Schoonmakend Nederland betrokken bij het project, om zo meer draagvlak te krijgen. 'Hoe mooi zou het zijn als in de toekomst veel meer bedrijven kunnen profiteren van de efficiencywinst van robots in de schoonmaak? Als we hier zichtbare stappen in maken, is ons project geslaagd.'

Toekomstvisie

Komend najaar beginnen experimenten bij meerdere schoonmaakbedrijven met de prototypen. 'Momenteel zitten we volop in de testfase. We zijn praktisch ingesteld; blijven proberen wat lukt binnen de mogelijkheden. Dat is het mooie aan hbo-studenten: ze zijn van de praktijk. Ze zullen er alles aan doen om het voor de schoonmaker zo praktisch mogelijk te maken, zodat ze met één druk op de knop nog duurzamer inzetbaar blijven. We gaan ervoor om het werk voor de schoonmaker lichter te maken. Het leeft bij bedrijven en dat is mooi. Als je meer klanten kunt aantrekken als extra service, is dit winst, naast de mogelijke vermindering in ziekteverzuim door lastenverlichting.' ■

Meer lezen over dit onderwerp?

Scan de QR-code:



Rick van der Gaag (accountmanager bij Schoonmakend Nederland & projectleider Ledenvoordeel)

'Onze missie: ieder mkb-bedrijf zijn contributie laten terugverdienen met ledenvoordeel'

'Ons ledenvoordeel is een set aan producten en diensten, die we aanbieden met (financieel) voordeel,' vertelt Rick van der Gaag, accountmanager bij Schoonmakend Nederland. 'Het ledenvoordeelpakket wordt afgestemd op de behoefte van het mkb, omdat juist zij het meeste voordeel halen uit de collectieve inkoop van producten en diensten.'

[Schoonmakendnederland.nl/ledenvoordeel](https://schoonmakendnederland.nl/ledenvoordeel)

Je ziet op deze ledenvoordeelpagina de, voor ondernemers, herkenbare onderwerpen, waar leden kunnen beoordelen welke voordelen voor hen interessant zijn,' legt Rick uit. Ondernemers willen ondernemen en door zaken te bundelen, bieden we toegevoegde waarde. Je kunt kiezen uit verschillende categorieën, zoals bijvoorbeeld strategie en bedrijfsvoering, juridische zaken, verzekering en preventie, ICT en telefonie, personeel en arbeid. We willen leden ontzorgen bij hun dagelijkse bedrijfsvoering, die tijd kost, en die tijdwinst bieden we hen als Schoonmakend Nederland.'

Uitbreiding op basis van behoefte

'We willen dichtbij onze leden staan en weten wat er leeft. Zo is dit ledenvoordeelpakket een basisset, maar uitbreiding op basis van de behoeftes van de ondernemers zelf is mogelijk,' vertelt Rick. Dit zodat Schoonmakend Nederland een collectief, dynamisch leden-

voordeelpakket heeft voor geïnteresseerden. 'Zo hebben objectleiders meestal een mobiele telefoon of tablet van de zaak en door korting op telefonie kunnen ze hier voordeel uithalen. Het is ons doel leden zoveel mogelijk te ontzorgen. 'Waar is de meeste behoefte aan? Daar gaan we op inzetten. Een of twee keer per jaar gaan we met externe partners om de tafel om te kijken hoeveel leden gebruik maken van een bepaald ledenvoordeel. Zo kunnen we bijsturen waar nodig en halen we er voor de betrokken ondernemers het allermeeste rendement uit.' >

Wat bespaar je op verzekeringen? Scan de QR-code en lees meer:

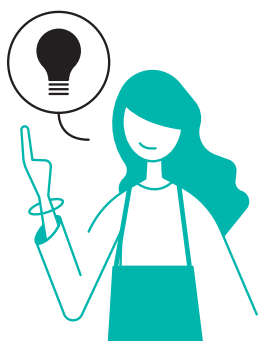




Rick van der Gaag

Ledenvoordeel

Op schoonmakendnederland.nl/ledenvoordeel staat een actueel overzicht van het complete ledenvoordeelpakket.



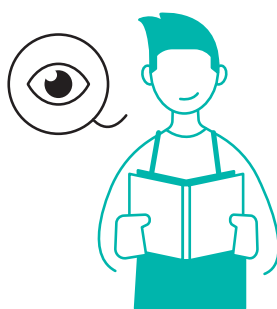
Strategie &
Bedrijfsvoering



Preventie &
Verzekeringen



Personeel &
Arbeid



Opleidingen

WE
WILLEN
DICHTBIJ
ONZE
LEDEN
STAAN
EN WETEN
WATER
LEEFT

Rekenvoorbeeld

‘BP en Schoonmakend Nederland Verzekeringen zijn de keiharde euro’s die je kunt besparen,’ legt Rick uit.

Omzet Omzet	€	6.500.000,00
Loonsom	€	3.000.000,00
Aantal medewerkers		120

Schadeverzekering	Verzekerde som	Huidige jaarpremie	Schoonmakend Nederland Verzekeringen
Aansprakelijkheid voor bedrijven	€ 2.500.000,00	€ 14.300,00	€ 7.800,00
Werknemerschadeverzekering (Wegam/Wegas)	€ 2.500.000,00	€ 2.591,95	€ 1.394,94
Gebouwenverzekering	€ 450.000,00	€ 835,29	€ 465,97
Inventaris/goederen	€ 140.000,00	€ 298,92	€ 282,31
Milieuschadeverzekering		€ 545,00	€ 65,00
Extra Kostenverzekering	€ 50.000,00	€ 120,00	€ 109,00
Wagenpark		€ 7.874,40	€ 7.301,96
Werkmaterieel		€ 1.503,36	€ 1.010,15
Eigen Vervoerverzekering		€ 585,45	€ 500,04
Verzuimverzekering		€ 62.489,00	€ 57.498,00
Totaal		€ 91.143,37	€ 76.427,37
Assurantiebelasting 21%		€ 19.140,11	€ 16.049,75
Totaal inclusief assurantiebelasting		€ 110.283,48	€ 92.477,12
Premievoordeel €			€ 17.806,36
Premievoordeel %			17%

Ook gebruik maken van onze dienstverlening?

Peter Rietbroek (Rietbroek voor Schoonhouden BV) over de BP-pas
‘De BP-pas is voor ons ideaal. Er is een goede dekking van tankstations. Het scheelt een hoop geld.’

Karin van Elten (Glazenwasserij van Elten)
‘Per auto een pas; je weet waar je aan toe bent per auto. Geen omkijken naar bonnetjes, alles staat op een factuur. De korting die je krijgt en de goede service, zowel bij klantenservice als bij de tankstations.’

Maurits Timmermans (Augias Schoonmakers)
‘Door de BP-pas hebben wij snel facturen en ze zijn overzichtelijk. De pas maakt het ook mogelijk dat onze medewerkers gemakkelijk tanken, zonder dat zij dit moeten voorschieten en/of met bedrijfspassen van de zaak moeten gaan tanken.’

Robert Plouvier (Meeuwenplaat B.V.) over Schoonmakend Nederland Verzekeringen

‘Ik ben zeer tevreden over de dienstverlening van Schoonmakend Nederland Verzekeringen. Zij zijn actief in het beheren van de portefeuille en zij zijn alert op kansen om de portefeuille te optimaliseren en tarieven te verbeteren. Prettig is ook het jaarlijkse evaluatiegesprek, waarin alle verzekeringen worden doorgenomen. De tarieven zijn dermate concurrerend, dat wij uit het premievoordeel ten opzichte van andere aanbieders, een behoorlijk deel van de contributie van Schoonmakend Nederland kunnen betalen. Dubbel voordeel dus!’

Elvira Failé (BAYAR Cleaning BV) over Schoonmakend Nederland Verzekeringen

‘Een eerlijk en deskundig advies van de verzekeringspecialist met kennis van de branche helpt mij beter te ondernemen!’ ■

Peter Hiddink (Mijnschonewerkplek.nl)



Maart 2020. Corona. Vanuit het niets ontstaat een enorme vraag naar desinfectiemiddelen. Bedrijven kopen grootschalig middelen in, maar weten niet precies wat er in de flacons zit en hoe effectief het is. Daar speelt Peter Hiddink samen met Natascha van der Ploeg (J. van der Ploeg Dienstverlening) handig op in.

Zij bedenken een hygiënebox, met doekjes, een desinfectiespray en handalcohol om op je bureau te plaatsen met een duidelijke instructie erbij over hoe je zo goed mogelijk je bureau schoonmaakt. 'Elke medewerker kan zo zijn eigen werkplek schoonhouden. De handzame box brengt veiligheid; een schone werkplek is, zeker in coronatijd, essentieel.' In een sneltreinvaart van vier weken produceert Peter de merknaam (Mijnschonewerkplek.nl) in een roerige tijd, waar je moeilijk aan handalcohol kon komen. 'Eind maart 2020 begonnen we en eind april hadden we de displaydozen en middelen. Nog steeds ongelooflijk als ik eraan terugdenk.'

In het vak gerold

'Mijn eerste contact met het schoonmaakvak was tijdens mijn weekend- en vakantiebaan op de kraamafdeling van een ziekenhuis,' begint Hiddink zijn verhaal. Hij volgde de opleiding Small Business & Retail Management en vanuit zijn afstudeerstage

bij Schoongroep Nederland (nu: Schoonster) kwam hij bij J. van der Ploeg Dienstverlening terecht. Nu, ruim negen jaar later, is hij als bedrijfsleider de rechterhand van de eigenaar, verantwoordelijk voor de verkoop van diensten én medebedenker van Mijnschonewerkplek.nl.

Bewustwording

In de aanloopfase, toen Mijnschonewerkplek.nl net het daglicht zag, informeert Hiddink bestaande klanten over het idee en daar komen orders uit. En binnenkort gaat hij, samen met een aantal medewerkers, in de regio Zutphen, Doetinchem en Deventer een promotour doen om de displays onder de aandacht te brengen. 'De bewustwording van hygiëne is echt binnengedrongen momenteel. Het is belangrijker dan ooit en juist daarom zie ik de toekomst van Mijnschonewerkplek.nl hoopvol in.' Het actiepunt om te kiezen voor een schone werkplek ligt volgens Hiddink bij de medewerker, de werkgever

faciliteert. 'Er wordt op dit moment door corona veel thuisgewerkt, maar er gaan ook medewerkers naar kantoor. Juist daarom is een schone werkplek mét goede instructie voor hygiënisch werken essentieel. En voor medewerkers, die veel onderweg zijn, hebben we de set in een kleinere variant gelanceerd, een persoonlijke set in een handige reisetui.'

Perfekte combinatie

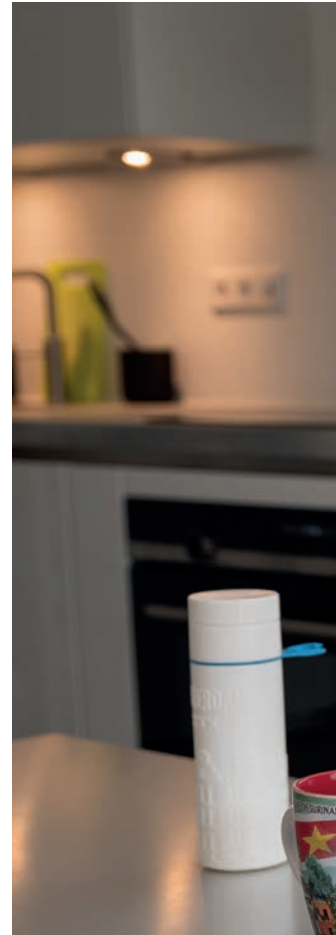
'De combinatie van de box met dagschoonmaak is ideaal,' legt Hiddink uit, 'Want het gebeurt op momenten en plekken waar nodig. Zo kun je veilig en zorgeloos werken op je eigen schoongemaakte werkplek, terwijl de schoonmakers in de rest van het kantoor schoonmaken wat vies is en schoon laten wat schoon is. De handzame box biedt net dat beetje extra. Dé perfecte basis voor een veilige werkplek.'

Meer lezen over dit onderwerp? Scan dan de QR-code:



Elke dag weer: veilig en gezond werken

Een prettige werkomgeving en gezond je pensioen halen. Dat moet vanzelfsprekend zijn in de schoonmaaksector, vinden werkgevers en vakbonden gemeenschappelijk. Waar dat nog niet het geval is, moet er actief aan worden gewerkt. Dat is de achtergrond van de campagne 'Elke dag weer' van de RAS, ondersteund door het Europees Sociaal Fonds (ESF). Een gesprek met directeur Ellen Dekkers over de doelstellingen en de vertaling naar de uitvoering.



Het woord campagne is misschien niet het meest treffend, moet Dekkers toegeven. Dat suggereert een korte, tijdelijke inspanning met een begin en een eind. Dan moet het doel zijn bereikt. Zo eenvoudig is het hier niet. Het is de bedoeling dat 'veilig en gezond' met het dagelijks werk is verweven. Als daar gedragsverandering voor nodig is, vergt dat een forse inspanning. Je moet anders naar het werk en naar elkaar gaan kijken. Daarvoor is permanente aandacht nodig. Een campagne kan het thema wél op de agenda zetten. Dat is dan ook de opzet, al gaat het veel verder dan louter agenderen. De RAS reikt allerlei instrumenten aan om het doel te bereiken. Ze zijn gericht op bedrijven en hun medewerkers. Veilig en gezond werken vraagt om inspanning van alle kanten. Elke dag weer. Dat is dan ook

de naam van de website met alle mogelijke informatie: elkedagweer.nl.

Duurzame inzetbaarheid

Al enkele jaren spreken cao-partijen over duurzame inzetbaarheid. Vertaald naar de praktijk: hoe zorgen we ervoor dat medewerkers plezierig en gezond hun pensioenleeftijd halen? Schoonmaakwerk en glazenwassen zijn fysiek inspannend. Op de juiste wijze omgaan met je lijf is van belang. Voor de werknemer zelf, maar ook voor de werkgever. Niemand is gebaat bij een hoog ziekteverzuim. Eigenlijk is er nog een derde partij, legt Dekkers uit. 'Het zou mooi zijn als ook opdrachtgevers kijken hoe een bedrijf met mensen omgaat. Niet voor niets is de Code Verantwoordelijk Marktgedrag geïntroduceerd. Goed en verantwoord wer-

ken vraagt om een faire prijs. Anders kan het niet. Iedereen weet dat de marges in deze bedrijfstak laag zijn'.

Ongewenst gedrag

Denk bij veilig en gezond werken niet alleen aan gevaarlijk of zwaar werk. De door het ESF mogelijk gemaakte campagne richt zich ook op het tegengaan van ongewenst gedrag op de werkvloer. Het komt overal in de samenleving voor: pestgedrag, intimidatie, buitensluiten of al dan niet bewuste discriminatie. In de schoonmaak willen we dat niet hebben, vinden werkgevers en vakbonden. 'Het begint bij bewustwording en herkenning', aldus Dekkers. 'Dat is een wezenlijk onderdeel van de campagne.' Soms is er namelijk helemaal geen opzet, maar blijken cultuurverschillen de oorzaak.



Sinds 1 januari 2020 is Ellen Dekkers directeur van de RAS. Daarvoor werkte ze als cao-onderhandelaar en bestuurder bij de FNV. Ze was tevens lid van het directieteam. Voor de overstap naar de vakbeweging werkte Dekkers bij de HEMA met onder andere arbeidsvoorwaarden in haar portefeuille. De rode draad door alle functies is het vinden van draagvlak en gezamenlijke oplossingen. De huidige functie sluit daar mooi op aan. 'De RAS-activiteiten moeten voor werkgevers en werknemers en voor hun organisaties meerwaarde hebben', aldus Dekkers.

VEILIG EN GEZOND WERKEN VRAAGT OM INSPANNING VAN ALLE KANTEN

Of het feit dat niet iedereen de taal helemaal machtig is. Opmerkingen komen anders over dan ze bedoeld zijn. Als je je daarvan bewust bent, is dat vaak al een eerste stap naar een oplossing. Dekkers: 'Verder is een voorbeeldfunctie van leidinggevend van grote betekenis. Ook de top van het bedrijf moet bewust het aanpakken van ongewenst gedrag ondersteunen. Binnen het bedrijf, maar zeker ook als het bij opdrachtgevers plaatsvindt.'

Uitval tegengaan

Met elkaar het gesprek aangaan. Dat is misschien wel de kern van de aanpak om uitval tegen te gaan. Naast voorlichting om klachten te voorkomen, is de campagne gericht op het kijken naar wat iemand nog wel kan. Dat is beter dan blijven hangen in de beperkingen. >



Het Europees Sociaal Fonds (ESF) is een financieel instrument van de Europese Unie om werkgelegenheid te ondersteunen, mensen aan werk te helpen en te zorgen voor eerlijke arbeidskansen voor EU-burgers. Het ESF stimuleert economische en sociale samenhang. Ongeveer 10% van het EU-budget gaat naar het ESF.



HET ZOU MOOI ZIJN ALS OOK OP- DRACHTGEVERS KIJKEN HOE EEN BEDRIJF MET MEN- SEN OMGAAT

‘Vanwege het belang van het goede gesprek, hebben we hier afgelopen jaren fors in geïnvesteerd’, licht Dekkers toe. Ze noemt als voorbeeld trainingen in gesprekstechnieken en opleidingen voor leidinggevendenden. ‘Het is belangrijk dat medewerkers een veilige werkomgeving ervaren.’

Laaggeletterdheid

Om effect te hebben, moet informatie begrijpelijk zijn en goed overkomen. Dus ook het campagnemateriaal. In delen van de sector speelt het thema laaggeletterdheid een rol. Dekkers erkent dat dit in het verleden niet altijd genoeg aandacht heeft gehad. Dat is veranderd. ‘Wij stellen ons nu nadrukkelijk de vraag voor wie de informatie is, bijvoorbeeld op de website. Is die voor de medewerker of leidinggevende? Dat is nog niet altijd duidelijk. We zijn ermee bezig de boodschap beter te laten aansluiten op de uiteenlopende doelgroepen. Het moet helder zijn wie waar wat kan vinden. Naast teksten

Wist je dat...

De RAS is de Raad voor Arbeidsverhoudingen Schoonmaak- en Glazenwassersbranche, dertig jaar geleden opgericht door de voorloper van Schoonmakend Nederland en de vakbonden FNV en CNV. Belangrijke taken zijn het toezien op naleving van cao-afspraken en adviseren van werkgevers en werknemers op dit vlak. Via de RAS komen projecten en activiteiten tot stand over arbeidsvoorwaarden en arbeidsomstandigheden. Informatievoorziening en opleidingen vormen vooraanstaande onderdelen. Doelgroepen zijn werknemers én werkgevers. Het gaat immers om gezamenlijk gedragen doelen.

komt er meer beeldmateriaal om zaken uit te leggen.’

Lastige positie

Dekkers is zich bewust van de lastige positie, waarin de RAS soms zit. ‘Via cao-onderhandelingen tot stand gekomen teksten kun je niet klakkeloos in simpele woorden neerzetten. De informatie moet ook juridisch kloppen. Wij kijken hoe we dat kunnen invullen. Het is namelijk wel belangrijk dat onze hulpmiddelen in de praktijk bruikbaar zijn.’ Om ze beter vindbaar te maken, zal ook de insteek veranderen. ‘We denken nu nog te vaak vanuit onze projecten. Het is beter te denken vanuit de problematiek die bedrijven en medewerkers ervaren.’

De RAS houdt de vinger goed aan de pols. Het bestuur heeft voor de campagne ‘Elke dag weer’ meetbare doelstellingen geformuleerd, zoals over het aantal deelnemers en ontwikkelde hulpmiddelen. Uiteindelijk telt immers het resultaat. ■

GA AAN DE SLAG, WIJ HELPEN JE



Gezond, veilig en prettig werken voor alle medewerkers. Ondernemers in de schoonmaakbranche hebben het hoog in het vaandel staan, maar het gaat niet vanzelf. Annieke van Berckel is als adviseur Leren en Ontwikkelen vanuit Schoonmakend Nederland nauw betrokken bij de campagne Elke dag weer. Ze geeft aan op welke ondersteuning bedrijven kunnen rekenen.

Een praktijkvoorbeeld. Een schoonmaker zegt tegen een leidinggevende last van de rug te hebben. De leidinggevende zoekt vervolgens naar aanpassing van de taken of de manier van werken. De werknemer blijft met plezier werken en het ziekteverzuim binnen het bedrijf blijft laag. Zo zou het moeten zijn. Bij fysieke belasting, maar ook als het gaat om zaken als onheuse behandeling, discriminatie of pestgedrag: een open contact op basis van vertrouwen. Dat heeft veel waarde voor beide kanten. Je wilt voorkomen dat medewerkers uitvallen.

Aan de slag

De campagne biedt tools rondom veilig en gezond werken. 'Ga aan de slag, wij helpen je.' Wie zich aanmeldt, wordt betrokken bij het programma en krijgt het laatste nieuws over de tools die worden ontwikkeld. Directies van bedrijven kunnen zich aanmelden voor

sessies voor het management over een gerichte aanpak binnen het bedrijf. Dat kan via meedoen.elkedagweer.nl/doe-ook-mee. Voor leidinggevendenden zijn er online trainingen. In kleine groepen leer je vaardigheden ontwikkelen en wissel je ervaringen uit. Als hulpmiddelen voor medewerkers is er materiaal beschikbaar via werkwijzer.elkedagweer.nl.

Eerst kijken, dan doen

'Een waardevolle praktijkervaring voor leidinggevendenden is dat het loont om te kijken naar de medewerkers', vertelt Van Berckel, 'En niet alleen naar het resultaat, maar juist ook hoe iemand staat, tilt en zich beweegt over de werkvloer. Eerst kijken, dan doen. Dat klinkt simpeler dan het is. Mensen in de schoonmaak zijn doeners. Maar onderdeel van je werk is juist ook kijken. En luisteren. Zo ontdek je problemen en kun je die aanpakken.' Mochten er taalproblemen zijn, dan geeft simpelweg kijken al heel veel informatie. Houding en gedrag vertellen soms meer dan woorden.

Voorbeeldgedrag

'De allerbelangrijkste factor voor succes', benadrukt Van Berckel, 'is een veilige cultuur in je bedrijf en bij de opdrachtgever. Een cultuur waarin een medewerker iets durft te bespreken. Zonder bang te zijn voor negatieve

consequenties. Voorbeeldgedrag is daarbij heel belangrijk. Als management veilig en gezond werken belangrijk vindt, moet het er naar handelen. Het moet zichtbaar zijn in de organisatie.' Dat is niet altijd makkelijk, erkent Van Berckel. Zeker niet bij zaken als pestgedrag of discriminatie. Het aanstellen van een vertrouwenspersoon kan dan helpen. 'Het taboe moet ervan af'.

Open conferenties en bijeenkomsten

Om oplossingen goed te laten aansluiten op de praktijk, nodigt Schoonmakend Nederland ondernemers nadrukkelijk uit om mee te denken en advies te geven. Dat gebeurt onder andere in zogeheten open conferenties. Naast het krijgen van informatie en de mogelijkheid vragen te stellen, kunnen ondernemers met elkaar en met de experts in gesprek gaan. Wat werkt goed, wat minder en waar liggen nog wensen? Er komen dit jaar ook nog andere bijeenkomsten rond dit thema. Houd onze aankondigingen in de nieuwsbrief in de gaten! ■

Meer lezen over dit onderwerp? Scan dan de QR-code:



Tips om psychisch verzuim door corona te voorkomen

Psychisch verzuim blijft onze aandacht vragen. Een aantal medewerkers heeft het zwaar en uitputting ligt op de loer. Zeker nu de lockdown aanhoudt. Wist je dat wanneer je als werkgever actief en preventief aandacht hebt voor psychisch verzuim, dit werkstress bij en uitval van medewerkers kan voorkomen? Dat is positief voor de gezondheid en productiviteit van de medewerkers en voor jou als werkgever een pré gezien de kostenbesparing.

- 1 Houd oog voor individuele werknemers om langdurend verzuim te voorkomen;
- 2 Heb aandacht voor de irritatie die bij medewerkers kan ontstaan, omdat anderen zich niet aan regels houden (gaan niet aan de kant, geen 1,5 meter afstand, etc.);
- 3 Informeer jouw medewerkers na elke persconferentie, in gewone mensentaal, over de ontwikkelingen, door bijvoorbeeld een nieuwsbrief te sturen. Laat zo zien dat je er actief mee bezig bent;
- 4 Vraag aan werknemers hoe zij zich voelen. Creëer een veilige omgeving, waarin de vraag naar hun stresslevel eerlijk en open bespreekbaar is;
- 5 Schakel tijdig een coach in, als je merkt dat een medewerker zich ernstig voorbij aan het lopen is;
- 6 Kies vaker voor een wandelend bilateraaltje met een collega, in plaats van een overleg via het scherm (MS Teams of Zoom);
- 7 Plan een overleg in, via MS Teams of Zoom, en praat een keer alleen over leuke dingen. Hier laden mensen van op. Vind de balans tussen efficiënt werken en 'lummelen';
- 8 Heb aandacht voor psychosociale arbeidsbelasting (koppeling met agressie en geweld en veilig werken);
- 9 Op elkedagweer.nl vind je meer informatie over richtlijnen en trainingen.

Maak kwaliteit van schoonmaak in onderwijs toetsbaar

Schoonmakend Nederland herhaalt haar oproep van februari van dit jaar om hygiëne in het primair onderwijs hoog op de agenda te houden. De brancheorganisatie van de schoonmaaksector reageert hiermee op het wetsvoorstel 'vereenvoudiging bekostiging primair onderwijs', dat nu voorligt in de Tweede Kamer.

Over dit wetsvoorstel zegt Piet Adema, voorzitter van Schoonmakend Nederland: 'We vrezen, zeker in het licht van de huidige pandemie, voor hygiëne, gezondheid en welzijn van leerlingen en docenten als schoonmaak verdwijnt in de nog grotere lumpsum pot, die ontstaat door dit wetsvoorstel. We roepen daarom op om de kwaliteit van schoonmaak toetsbaar te maken en mee te nemen in het wetsvoorstel.'

schoonmakendnederland.nl



Onderzoek naar nano op glas en gevels

Het aantal producten, waarvoor door toepassing van nanotechnologie specifieke functionaliteiten worden geclaimd, neemt al jaren toe. Gebouweigenaren vragen steeds vaker van professionele schoonmaakbedrijven of zij deze nano producten kunnen toepassen op hun gevels. VSR en Schoonmakend Nederland lieten onderzoek doen om kennis te vergaren en kansen en risico's bij het aanbrengen van nano op buitengevels in kaart te brengen. Dit zodat de professionals in de schoonmaakbranche een weloverwogen keuze kunnen maken voor het al dan niet toepassen van nano coatings op gevels. Het onderzoek is uitgevoerd door TNO.

schoonmakendnederland.nl

Koningin Máxima op werkbezoek bij CSU

Koningin Máxima bracht op dinsdag 20 april jl. een werkbezoek aan CSU in Uden. Het bezoek is onderdeel van de Koning Willem I Prijs die CSU eind 2020 won. 'Schoonmaak en hygiëne is enorm onder de aandacht gekomen door de coronacrisis en het bezoek van Koningin Máxima is daar een extra bijdrage aan. Haar oprechte betrokkenheid en belangstelling is een mooie blijk van waardering', aldus CSU op de website.

csu.nl/nieuws



Samenwerkingsovereenkomst met Bedrijventekoop.nl

Bedrijfsovernameplatform Bedrijventekoop.nl en Schoonmakend Nederland gaan een samenwerking aan. Het doel is om leden van de brancheorganisatie informatie te geven over het thema 'bedrijfsoverdracht'.

Elke ondernemer krijgt, vroeg of laat, met bedrijfsoverdracht te maken. Overdracht zorgt voor continuïteit en behoud van werkgelegenheid. Een goede voorbereiding en informatievoorziening zijn belangrijke succesfactoren voor het slagen van de overdracht. In de praktijk blijkt dat het hier nog vaak mis gaat. Ondernemers bereiden zich niet goed genoeg of niet tijdig genoeg voor op de verkoop van hun onderneming. Hierdoor trekken honderden ondernemers jaarlijks noodgedwongen de stekker uit hun bedrijf.

schoonmakendnederland.nl/ledenvoordeel/bedrijventekoop

Algemene ledenvergadering op 20 mei

Op donderdag 20 mei vindt online de Algemene Ledenvergadering van Schoonmakend Nederland plaats. Informatie over het programma en de organisatie vind je op de website: schoonmakendnederland.nl/bijeenkomsten

Gezien op social media

Schoonmakend Nederland @SchoonmakendNed

Schoonmakend Nederland (voorheen OSB) bestaat 40 jaar. In vijf delen vertellen we meer over de geschiedenis van de brancheorganisatie. Lees meer op LinkedIn. [#SchoonMaaktMogelijk](#) [#40jaar](#)

[Barbara @gewoon Bar](#)

Ok, ik geloof dat het even nodig is om al die geweldige, hardwerken-de toppers in de schoonmaak een hart onder de riem te steken en ze te bedank voor ál het fantastische werk wat ze doen. Normaal al... maar zéker het afgelopen jaar! BEDANKT dat jullie er zijn! RT=lief

Volg Schoonmakend Nederland

Volg de activiteiten van Schoonmakend Nederland op schoonmakendnederland.nl, Facebook, Instagram, LinkedIn en Twitter.



40-jarig bestaan Schoonmakend Nederland

‘Een professionele schoonmaker is de allerbeste reclame’

Ze hebben dezelfde scholing gehad om in de schoonmaak terecht te komen: Angel Nellen (Nellen Schoonmaakdiensten BV) en Marischa Forkink (Schoonmaakbedrijf Caster B.V.). ‘Ik lag in een Maxi-Cosi op de balie bij klanten,’ vertelt Angel. Ook Marischa werd als kind weleens met een kleurplaat in de kantine van een klant neergezet als haar ouders daar schoonmaakten. In 2013 namen ze allebei het stokje over van hun ouders en nu leiden ze het schoonmaakbedrijf. Ter ere van het 40-jarig bestaan van Schoonmakend Nederland vragen we ons eerste en ons laatst bijgekomen lid, Angel (40 jaar lid) en Marischa (2 maanden lid) naar hun visie op de schoonmaakbranche.

Angel Nellen

IK HOOP DAT WE
HET VAK NOG
AANTREKKELIJKER
KUNNEN MAKEN
OM ZO DE JEUGD
TE MOTIVEREN



'Als ik terugblik op de ontwikkelingen binnen de schoonmaak- en glazenwassersbranche denk ik...'

A: 'Veilig werken op hoogte. Als ik vroeger meeding met glazenwassen, zat ik op de dakrand met mijn benen over de rand zonder valbeveiliging mijn lunch te verorberen. Dat kun je je nu niet meer voorstellen. Ook denk ik aan het gebruik van microvezel en minder gebruik van reinigingsmiddelen. Er zijn weinig bedrijven die nog een hele scheut reinigingsmiddel in de emmer gooien. Tenslotte de verschuiving van avond- naar dagschoonmaak, een goede ontwikkeling, naast de robotisering, die nu plaatsvindt.'

M: 'Eens met de microvezelontwikkeling en ook de iMop is een mooie om te noemen. We maken veel trappenhuisen schoon, dan is

het belangrijk materialen te hebben, die het werk van de schoonmaker makkelijker maken. Ik hoop dat we het vak nog aantrekkelijker kunnen maken om zo de jeugd te motiveren in de schoonmaak te gaan werken. Er zijn gemotiveerde mensen nodig.'

'De schoonmaakbranche/schoonmaker mag zichtbaarder worden'

A: 'Zeker weten. Als iedereen het gesprek aangaat met zijn opdrachtgever gebeurt dat ook. Als er veel overdag wordt schoon gemaakt, zal iedereen veel bewuster omgaan met schoonmaak. Eén gezicht is ook belangrijk, herkenbaarheid bij de klant. We geven onze medewerkers een professionele schoonmaakkar, zodat professionaliteit zichtbaar wordt.' >

M: 'Bij overdag schoonmaken laat je zien dat schoonmaak meer is dan met een doekje ergens overheen gaan. Het is een goede ontwikkeling dat de schoonmaak steeds meer overdag plaatsvindt en dat dit steeds beter geaccepteerd wordt.'

'Sinds corona is er meer aandacht voor schoonmaak'

A: 'In het begin werd desinfectiegel veel gebruikt, dat is nu afgezwakt. Het is te weinig om een deurklink één keer per week schoon te maken, dit dient continu te gebeuren. De schoonmaakbranche gaat steeds meer richting advies. Zo is een goede luchtventilatie veel belangrijker in het voorkomen van besmetting door corona dan overdracht door de handen. Dat bewustzijn is er op dit moment nog niet.'

M: 'We lopen veel meer coronarondes nu, extra schoonmaakrondes. Nu merken we dat het iets meer aan het verslappen is. We proberen onze medewerkers te beschermen met levering van mondkapjes en opvallende hesjes met 'Houd 1,5 meter afstand'. Knap dat schoonmakers toch gewoon zijn doorgestaan met hun werk, ondanks alle belemmeringen die op hen afkomen.'

'Het wordt de werkgever afgelopen jaren steeds lastiger gemaakt door alle wet- en regelgeving'

A: 'De zaterdag- en zondagtoeslag moet ervan af. We leven in een 24/7 maatschappij. Als deze eraf is, kunnen we veel meer studenten vragen om in het weekend acht uur lang de vloeren te schrobben. Lager opgeleiden leven ongezonder en hebben soms onderliggende problemen. De kosten door ziekteverzuim nemen toe. Het is jammer dat deze problemen nu op ons, als werkgever, worden afgeschoven. Daarin mag de wet- en regelgeving ons wel wat helpen.'

M: 'Met zzp'ers werken moet makkelijker gemaakt worden, vind ik. Zo kunnen we veel flexibeler mensen inzetten. Ook is het jammer dat bij Europese aanbestedingen meer naar prijs dan naar kwaliteit wordt gekeken, dat zou in wet- en regelgeving nog aangescherpt mogen worden.'

'Ik wil kwaliteit uitstralen en ben daarom lid van Schoonmakend Nederland'

A: 'De kwaliteit in betrouwbaarheid is het uitgangspunt. Ik heb het nu voor het eerst meegemaakt dat een opdrachtgever om het OSB-Keurmerk vroeg, omdat hij illegalen in zijn pand had. Ik vind dat we Schoonmakend Nederland als redder in nood nog meer naar voren moeten laten komen in de toekomst.'

M: 'Door het keurmerk kan ik kwaliteit echt uitdragen. Samen sterk staan, doet me goed en ik kan altijd terecht voor informatie. Ik ben er trots op dat ik lid ben van Schoonmakend Nederland.'



'Ik werk alleen samen met schoonmaakbedrijven met het OSB-Keurmerk'

A: 'Hoofdzakelijk wel, maar we werken veel met zzp'ers en die kunnen op dit moment geen lid worden.'

M: 'Ik werk niet met andere schoonmaakbedrijven samen, maar vind het wel een goed idee als zzp'ers lid zouden worden van Schoonmakend Nederland.'

'Ik ben tevreden over het lidmaatschap van Schoonmakend Nederland'

A: 'Als ik een vraag heb, wordt de vraag beantwoord. Ik zou wat meer kenbaar maken wat voor risico je loopt als je geen lid bent, dan word ik nog tevredener. De opdrachtgevers moeten er meer naar vragen.'

M: 'Ik ben eerst aspirant lid geweest en dat vind ik wel heel fijn, om kennis te maken met de voordelen en diensten. Ik ben tevreden over het lidmaatschap. Meer zichtbaarheid en de risico's laten zien van geen keurmerk is belangrijk.'



Marischa Forkink

DOOR HET
KEURMERK
KAN IK
KWALITEIT
ECHT
UITDRAGEN.
SAMEN STERK
STAAN DOET
ME GOED

'Ik maak voldoende gebruik van de diensten van Schoonmakend Nederland'

A: 'De grootste waarde is het keurmerk en bij juridische vragen kunnen we altijd bij de cao-helpdesk terecht. Om er nog meer uit te halen, zullen we zelf nog actiever moeten worden.'

M: 'Schoonmakend Nederland geeft voldoende aandacht aan wat ze kunnen bieden. Met name in de begintijd van corona was dit heel waardevol en nu profiteren we nog er nog steeds van dat we met allerlei vraagstukken terecht kunnen.'

'Ik zie de toekomst qua ondernemerschap/ontwikkeling schoonmaakvak hoopvol in'

A: 'Zeker, maar ik denk wel dat de vijver waar we in vissen steeds kleiner wordt. Door het thuiswerken wordt het kantoor als een ontmoetingsplek in plaats van een permanente werkplek gebruikt. Dat vraagt om andere dienstverlening, maar de vraag naar kwaliteit blijft altijd bestaan.'

M: 'Schoonmaak zal altijd blijven bestaan. Het is belangrijk dat we zichtbaar blijven voor onze klanten en ze blijven ondersteunen, in luchtreiniging en andere innovaties. De ontwikkelingen in robotisering zullen fysieke klachten bij schoonmakers verminderen. Dat is een hoopvolle ontwikkeling.' ■

Meer lezen over dit onderwerp?

Scan de QR-code:





- Claudio Bolman, 51 jaar
- Directeur/eigenaar van Bolman Cleaning Services bv
- Werkzaam in de branche sinds 2006

Hoe ben je in de schoonmaaksector terecht gekomen?

Het bekende verhaal. Mijn vader is vanaf zijn 20e tot zijn 50e glazenwasser geweest met een beetje schoonmaak. Vanaf zijn 50e concentreerde hij zich op de schoonmaak. In mijn jeugd ben ik vaak meegegaan om de ramen te wassen. Daarna heb ik mijn eigen weg gekozen, maar ben ik uiteindelijk toch bij mijn vader terecht gekomen.'

Wat maakt onze sector nou de mooiste sector om in te werken?

'Ik ben een mensenmens. Dat komt in onze branche goed uit. Wij hebben te maken met prachtige mensen die schoonmaken, met ieder zijn eigen verhaal. Als je dat goed weet

te managen, dan heb je een pracht 'product' met zijn allen!'

Wat zijn jouw ambities voor de toekomst?

'Bolman Cleaning Services bv is een prachtig en gezond bedrijf met kwalitatief goede mensen. We hebben een mooie orderportefeuille. Dit wil ik langzaam, gecontroleerd uitbreiden.'

Hoe ervaar jij het doorgaan met een bedrijf na het wegvallen van vader John (deze vraag komt van Peter)

'Ik leid het bedrijf eigenlijk al sinds 2012. Mijn vader kreeg toen darmkanker en moest

noodgedwongen een stapje terugdoen. Dus voor wat betreft het werk viel en valt het mee, maar het gemis van het dagelijkse samenzijn en samenwerken blijft enorm. Maar elke dag dat ik ons pand in kom, ervaar ik als heel prettig, want dit is toch de verdienste van ons samen!'

Welke tip heb je voor ons, Schoonmakend Nederland/Kabinet?

'Dat bij de cao-onderhandelingen ook wat vaker naar het mkb geluisterd mag worden.' ■

Aan wie uit onze sector wil jij het stokje van deze interviewreeks doorgeven en wat zou jouw vraag aan hem of haar zijn?

Ik geef het stokje door aan Karin van Elten van Glazenwasserij Van Elten. Hoe is het om als vrouw in een 'echte' mannenwereld, zoals de glazenwasserij, te werken?

Bijeenkomsten en opleidingen

Schoonmakend Nederland organiseert verschillende kennissessies en trainingen over uiteenlopende onderwerpen rondom werkgeverschap, ondernemerschap en duurzaamheid. Ook worden (leden)bijeenkomsten georganiseerd over relevante thema's en ook voor specialisten.

Is jouw onderneming lid van Schoonmakend Nederland? Dan betaal je maximaal € 50,- (excl. btw) voor een kennissessie of training. Niet-leden betalen een hoger bedrag. Ledenbijeenkomsten zijn alleen toegankelijk voor leden. Deelname hieraan is kosteloos.

(On)gewenst gedrag op de werkvloer (online)

Datum Dinsdag 18 mei 2021
Tijd 09.30 – 11.00 uur

Algemene ledenvergadering (online)

Datum Donderdag 20 mei 2021
Tijd 10.00 – 11.30 uur

Artikel 38 – werkgelegenheid bij contractswisseling (online)

Datum Donderdag 27 mei 2021
Tijd 10.00 – 11.30 uur

Privacy & Werk (online)

Datum Donderdag 8 juni 2021
Tijd 10.00 – 12.15 uur

Brede bijeenkomst Reconditionering

Datum Donderdag 8 juni 2021
Tijd 14.00 – 17.00 uur
Locatie Centraal in het land (o.v.b.)

RI&E Glas & Gevel (VOL)

Datum Donderdag 15 juni 2021
Tijd 09.30 – 16.30 uur
Locatie KMO Solutions, Apeldoorn

Preventief verzuimbeleid; voorkomen is beter dan genezen (online)

Datum Dinsdag 22 juni 2021
Tijd 09.30 – 11.00 uur

RI&E Glas & Gevel

Datum Woensdag 7 juli 2021
Tijd 09.30 – 16.30 uur
Locatie KMO Solutions, Apeldoorn

Algemene ledenvergadering

Datum Donderdag 25 november 2021
Tijd ochtend

Het actuele aanbod van bijeenkomsten en opleidingen van Schoonmakend Nederland vind je op:

schoonmakendnederland.nl/bijeenkomsten

COLOFON.

1e jaargang, nummer 3, mei 2021
SCHOON. is een uitgave van Schoonmakend Nederland, dé branchevereniging van de schoonmaaksector. Dit magazine komt 4/5 keer per jaar uit en wordt verstuurd aan alle schoonmaakbedrijven in Nederland en relaties van Schoonmakend Nederland. De eerste editie van Schoon. verscheen in december 2020.

Schoonmakend Nederland

Rompertsebaan 50
5231 GT 's-Hertogenbosch
073-648 38 50
schoonmakendnederland.nl

(Eind)redactie

Schoonmakend Nederland, afdeling communicatie en dienstverlening
schoon@schoonmakendnederland.nl

Teksten

Paul Wouters

Fotografie

Rogier Bos, Jelmer de Haas, Jeroen Poortvliet, Ad Vereijken, Serge Duursma, Marleen Dalhuijsen, Manola van Leeuwe, Marc Bröckling/CSU

Ontwerp

Link Design, onderdeel van Blue Field Agency

Drukwerk

Drukkerij Van der Heijden, 's-Hertogenbosch

© 2021, niets uit deze uitgave mag worden gekopieerd of anderszinds vermenigvuldigd, zonder uitdrukkelijke toestemming van de uitgever



Ledenvoordeelpakket uitgebreid: Ellen Leliveld (Durescom) en Rob Rommelse (Schoonmakend Nederland) ondertekenen samenwerkingsovereenkomst

Uitgebreid ledenvoordeel voor onze leden

Schoonmakend Nederland heeft een uitgebreid pakket van ledenvoordelen. Wanneer je lid van ons bent, kan jij jouw contributie (grotendeels) terugverdienen!

Aanbieding

Word lid vóór 1 juni 2021 en betaal slechts 150 euro voor het eerste jaar (aspirant) lidmaatschap in plaats van de gebruikelijke 250 euro. Voor dit bedrag kun je gebruik maken van al onze ledenvoordelen. Denk hierbij aan onder meer:

- flink besparen op de brandstofkosten via de BP Tankpas;
- hulp bij verkoop of overname via Bedrijventekoop.nl;
- krijg inzicht in hoe je bedrijf ervoor staat op HR-gebied;
- of risico's afdekken via korting op verzekeringen.

Helpdesk

Wanneer je lid van ons bent, kan je niet alleen gebruik maken van deze voordelen, maar zitten er verschillende medewerkers van Schoonmakend Nederland voor je klaar. Je kan hen bellen met vragen over contracten, algemene voorwaarden, aanbestedingen, fusies en overnames, cao-kwesties of corona gerelateerde onderwerpen.

Lid worden?

Kijk voor meer informatie op schoonmakendnederland/word-lid.nl of neem contact op met ons op via 073-648 38 50

