

SCHOON.

DUURZAAMHEID

AAN TAFEL

Cao-onderhandelingen
schuiven op

ACTUEEL

Sociaal
ondernemerschap
verdient zich
terug

Ron Fennema
*Divisiedirecteur Nederland
Vebe International B.V.*

**'CREËREN
VAN EEN
SECTOR MET
AANZIEN,
WAARIN HET
GOED EN
PLEZIERIG
WERKEN IS.'**

**SCHOON
MAKEND
NEDER
LAND**



Artikelen

- 06 COVERSTORY.**
Ingrid Thijssen: ‘Schoonmakend Nederland is een prachtig voorbeeld’
- 12 AAN TAFEL.**
Cao-onderhandelingen schuiven op
- 16 REPORTAGE.**
Duurzamere schoonmaak betekent transitie in de keten
- 20 ACTUEEL.**
Sociaal ondernemerschap verdient zich terug
- 24 PORTRET.**
De Zwart Schoonmaak bestaat 75 jaar

Rubrieken

- 04 OP DE WERKVLOER.**
Hago Rail Services
- 11 COLUMN.**
Arko van Brakel: Noodzaak goede hygiëne groter dan ooit
- 19 HOTSPOT.**
‘Sta open voor efficiency in innovaties’
- 23 IN DE STEIGERS.**
Maasland Schoonmaakdiensten BV
- 27 NIEUWS.**
‘Blijf nuchter en kijk wat wél kan’
- 30 OPVALLEND.**
Peter Zander
- 31 ACADEMIE EN AGENDA.**
Overzicht van de komende activiteiten

Kansen van nu

Het is gevaarlijk om iets positiefs te zeggen over de coronacrisis, nu de wereldwijde pandemie ons land al ongeveer een jaar in de greep houdt. Het leven van veel mensen is op de kop gezet. Iedereen is erdoor getroffen en van het algemene beeld word je niet vrolijk. Gesloten winkels, lege kantoren, thuiswerken en leren, uitgestorven hotels en zelfs een historisch beladen avondklok.

Toch durf ik het aan. De stelling dat corona onze schoonmaaksector ook twee goede dingen heeft gebracht. In de eerste plaats natuurlijk het besef dat schoon niet gewoon is. Dat hygiëne het resultaat is van inspanning. Dat er mensen dag-in-dag-uit in de weer zijn om voor een schone omgeving te zorgen, waarin het veilig toeven is. Dat de bedrijfstak die al die mensen verenigt, voor de samenleving van grote waarde is. Schoonmaak staat meer en beter op de kaart, zou je kunnen zeggen.

Daarnaast hebben we afgelopen maanden geleerd hoe belangrijk het is dat niemand buiten de boot valt. Dat het belangrijk is je in te spannen om iedereen erbij te laten horen. Werk is de basis voor een goed en zeker bestaan. Dat vergt inspanningen. Ook daar geeft onze sector het goede voorbeeld. Het was voor de crisis al zo en het zal zo blijven. Wij sluiten geen mensen uit. We geven iedereen een kans zichzelf te ontplooien en talenten te ontwikkelen. Schoonmaakwerk draagt bij aan een gevoel van eigenwaarde, omdat het resultaat het welzijn van ons allemaal raakt.

Uiteraard had ik liever gehad dat er voor dit besef geen corona nodig was geweest. Ook ik kijk uit naar open winkels, drukke hotels, levendige kantoren, volle scholen en teruggekregen vrijheid. Winkels, hotels, kantoren en scholen die schoon zijn, zoals we gewend waren. In het besef dat er mensen zijn die zich hier dagelijks voor inzetten.

*Piet Adema
voorzitter Schoonmakend Nederland*



Miranda deelt via haar Instagramaccount @dutchtrainrunner alles wat ze tijdens haar schoonmaakwerkzaamheden tegenkomt.

Miranda (Hago Rail Services) aan het werk op NS-station Vlissingen. Samen met haar collega's zorgt ze, overdag én 's nachts, als de treinen stilstaan, voor een schone omgeving in de trein, van vloer tot plafond. Haar collega's zorgen op de perrons voor een hygiënische omgeving.

Om het werk goed uit te voeren, zorgen zij ervoor dat er volgens de nieuwe 1,5 meter regels verantwoord kan worden gewerkt.

Wij dragen zorg voor een gezonde en schone leefomgeving

Schoonmaakprofessionals representeren 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 we 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.

Bedrijfsleven heeft een maatschappelijke verantwoordelijkheid

'Schoonmakend Nederland is een prachtig voorbeeld'

Bedrijven staan midden in de samenleving. Ze hebben ook een verantwoordelijkheid voor het oplossen van maatschappelijke knelpunten, stellen de werkgeversorganisaties VNO-NCW en MKB-Nederland in hun nieuwe beleidsvisie 'Ondernemen voor een Brede Welvaart'. Ondernemers moeten verder kijken dan het belang van de eigen onderneming. Het thema klinkt de schoonmaaksector bekend in de oren. De kersverse voorzitter van VNO-NCW, Ingrid Thijssen, geeft een toelichting. >





We hebben enkele weken na het plotseling overlijden van oud-VNO-NCW-voorzitter Hans de Boer contact. Velen die hem kenden waren aangeslagen. Thijssen ook. Maandenlang trokken ze samen op. Als boegbeeld van het bedrijfsleven in Nederland gaat ze verder waar haar voorganger was gebleven voor een gezonde economie en een sterk bedrijfsleven. ‘Een sterke economie kan niet worden losgezien van een sociaal Nederland met gelijke kansen en werk en een duurzaam Nederland’, aldus Thijssen.

ER GEBEUREN OVERAL PRACHTIGE DINGEN

Wat behelst die nieuwe koers?

‘De afgelopen jaren hebben onvoldoende mensen geprofiteerd van economische groei, de kansenongelijkheid in de samenleving is toegenomen en de verduurzaming van onze economie gaat niet snel genoeg. Die vraagstukken kunnen we niet langer alleen aan de overheid overlaten. Dat moet anders. We kiezen bewust voor een nieuw kompas. Dat richt zich op het bereiken van een samenleving met gelijke kansen, voldoende werk en een duurzame leefomgeving. Medeverantwoordelijkheid nemen voor onze samenleving. In denken en in doen. We hebben een nieuwe opvatting over onze rol. Ondernemers willen meer verantwoordelijkheid nemen voor maatschappelijke vraagstukken zoals schuldenproblematiek of het tekort aan stageplaatsen.’

Wat kunnen brancheverenigingen hierin betekenen?

‘Onze nieuwe visie is écht een stuk van, voor én door onze leden. Dit is de gezamenlijke agenda van het verenigd Nederlands bedrijfsleven. Maar wij kunnen als centrale ondernemersorganisatie deze visie op veel fronten niet zélf handen en voeten geven. Wij regelen immers geen stageplaatsen, dat moeten bedrijven doen. Brancheverenigingen kunnen enorm helpen om in praktijk te brengen wat we met elkaar hebben toegezegd. De uitgangspunten van onze agenda 2030 kunnen bovendien de basis vormen voor branches om daarop voort te borduren. Schoonmakend Nederland is daarin een prachtig voorbeeld. Met een eigen keurmerk, goede samenwerking met de vakbonden en andere branches.’

En aandacht voor scholing en banen aan de basis van de arbeidsmarkt. In de coronacrisis werd eens te meer goed duidelijk hoe belangrijk het werk van jullie leden is.’

Hebben ondernemers in deze coronatijd wel ruimte voor een andere koers? Is dit wel de juiste tijd om hiermee te komen?

‘Er is natuurlijk sprake van een diepe crisis. Tegelijkertijd weten we redelijk goed wat nodig is om daar uit te komen. Met spoed vaccinaties uitbreiden, steunpakketten in de lucht houden en een strategie voor de opening van sectoren of delen daarvan. We moeten het eigen vermogen van getroffen ondernemers stutten. Dat houdt ons dit jaar zeker nog flink bezig. Maar het ontslaat ons niet van de plicht ook naar de lange termijn te kijken.’

Kunt u dat toelichten?

‘Veel van de kwetsbaarheden van vóór corona zijn alleen maar versterkt. Zwakke groepen die het zwaar hebben op de arbeidsmarkt, toenemende ongelijkheid tussen kinderen op scholen, duurzaamheid die niet snel genoeg gaat.’

JULLIE SECTOR LAAT ZIEN DAT HET ANDERS EN BETER KAN

We moeten verder kijken naar 2030 en perspectief creëren voor na de crisis. Er liggen grote vraagstukken voor ons. Hoe investeren we ons uit deze crisis? Hoe pakken we de energietransitie aan? Het stikstofprobleem? Er is nog genoeg werk aan de winkel na corona. Daarom juist nu een andere koers met aandacht voor een nieuwe manier van samenwerken.’

Tegelijkertijd zien bedrijven bij aanbestedingen dat opdrachtgevers vaak alleen zijn geïnteresseerd in de laagste prijs...

‘Ja, dat is wrang. Essentieel is het meewegen van andere criteria bij aanbestedingen dan alleen prijs. Daarom is de Code Verantwoordelijk Marktgedrag ook zo belangrijk. Ook sommige voorbeelden uit jullie sector laten zien dat het anders en beter kan. Bevorder initiatieven als verantwoordelijk marktgedrag bij de schoonmaak, maar ook bij verhuizers, de catering en de beveiliging. We moeten het samen doen als ondernemingen. We hebben belang bij gezonde lange termijn relaties, waarin het niet alleen draait om prijs. Wij stellen dat ook aan de orde bij overheden.’

Als alle bedrijven zich sociaal en duurzaam gaan opstellen, is er dan nog behoefte aan een vakbeweging?

‘Volgens mij blijft er altijd behoefte aan een vakbeweging. Het is juist goed dat er vanuit een ander perspectief wordt gekeken naar bepaalde zaken.’ Lachend: ‘Dat houdt ons scherp ook.’ En dan weer serieus: ‘We mogen ons in Nederland sowieso gelukkig prijzen met ons poldermodel en de sociale partners. Dat heeft de coronacrisis eens te meer duidelijk gemaakt. Door intensieve en snelle samenwerking kwamen we tot goede steunpakketten.’

Hoe kijkt u aan tegen de schoonmaaksector? Hebt u het daar wel eens over met Jacco Vonhof?

‘Ja absoluut. Mooi om te zien hoe enthousiast hij over zijn bedrijf en de sector vertelt. Vergeet niet, ik was bij NS zelf ook opdrachtgever in de schoonmaak en heb twee schoonmaakstakingen meegemaakt. Wij zijn toen wel geschrokken van wat er aan de hand was. Die periode heeft werkgevers en werknemers veel opgeleverd. Ik denk dat jullie een prachtige sector hebben met banen voor mensen aan de basis voor de arbeidsmarkt, waar veel mogelijkheden zijn. Jullie doen het als branche uitstekend. Door de crisis waarderen mensen het werk ook veel meer.’ >



Ingrid Thijssen (1968) studeerde rechten in Utrecht. Na haar afstuderen ging ze aan de slag bij de Nederlandse Spoorwegen en klom op tot directeur bij NS Reizigers. In 2014 verruilde ze de NS voor netbeheerder Alliander en werd drie jaar later bestuursvoorzitter. In 2016 werd ze verkozen tot Topvrouw van het jaar. Vanaf september 2020 is ze voorzitter van VNO-NCW.

Tot slot: het bedrijfsleven heeft niet altijd een goede naam. Hoe gaat u bijdragen aan reputatieversterking en hebt u een tip voor Schoonmakend Nederland?

‘Eigenlijk is dat vrij simpel. Neem je verantwoordelijkheid, wees transparant én laat zien wat je doet! Want in al mijn gesprekken met ondernemers zie ik bevoegdheid om zich in te zetten voor de samenleving. Er gebeuren overal prachtige dingen. Als ondernemers over de grens gaan, moet je dat als branchevereniging veroordelen. Maar laten we wel wezen, zoals de titel van een bekend boek aangeeft: gelukkig deugen de meeste mensen.’ ■

Noodzaak goede hygiëne groter dan ooit

Ik aarzelde geen seconde over het verzoek columnist te worden in Schoon.. Er zijn immers nauwelijks sectoren waar de grote maatschappelijke en economische uitdagingen zo zichtbaar zijn als in de schoonmaakbranche. Tegelijkertijd zijn er ook maar weinig branches waar de menselijke maat als oplossing voor al deze kwesties zo zichtbaar is als in Schoonmakend Nederland. Op het eerste gezicht lijken vooral klimaatverandering en verduurzaming het meest actueel. In Nederland komen daar echter nog minstens twee grote problemen bij met directe impact op iedere sector, maar vooral op Schoonmakend Nederland: vergrijzing en een groeiend gebrek aan vakmensen. De COVID -19 crisis heeft bovendien nog eens extra aangetoond hoe belangrijk hygiëne is voor de volksgezondheid en hoe moeilijk het is hier altijd aan te denken. Schoonmaken is een specialistisch vak, waarvan het maatschappelijk belang steeds duidelijker wordt. Juist in ons vergrijzende landje, waarin een havodiploma belangrijker lijkt dan het leren van een vak, hebben we straks te weinig van die specialisten. Toch is de noodzaak van een goede hygiëne in de breedste zin van het woord groter dan ooit. Je hebt weinig fantasie nodig om te beseffen dat corona niet het laatste virus is dat ons zal treffen. En je hoeft geen ingenieur te zijn om te zien dat duurzame, circulaire innovaties in de schoonmaaksector een wezenlijke bijdrage kunnen leveren aan een gezondere wereld.

Als internetondernemer heb ik ooit geleerd hoe belangrijk het is specialistische vakkennis op de werkvloer te benutten om baanbrekende innovaties snel door te voeren. De afgelopen jaren heb ik me steeds meer beziggehouden met het wendbaar, innovatief en ondernemend maken van organisaties wereldwijd. Daar heb ik enkele boeken over geschreven en ook in mijn huidige rol als directeur van de Cleantech Regio (nee, dat is geen schoonmaakbedrijf), is mijn verantwoordelijkheid het stimuleren van duurzaam ondernemerschap. Het leuke is dat overal ter wereld de oplossing hetzelfde is: organisaties die maximaal durven te vertrouwen op de ideeën en het vakmanschap van hun mensen zijn wendbaarder, gezonder, innovatiever en succesvoller. Ik weet zeker dat dit ook geldt voor Schoonmakend Nederland. En daaraan draag ik met deze column graag een steentje bij.

Arko van Brakel
Ondernemer





Ron Fennema

Huidige cao-schoonmaakbranche verlengt tot 1 januari 2022

Cao-onderhandelingen schuiven op

De onderhandelingen over een nieuwe cao voor de schoonmaakbranche worden opgeschoven. De huidige cao wordt met een half jaar verlengd. Dit is geen goed moment voor onderhandelingen. In de tussentijd werken werkgevers en vakbonden gezamenlijk verder aan verschillende projecten. De eerste onderhandelaar namens de werkgevers geeft tekst en uitleg. >



DE HUIDIGE OMSTANDIGHEDEN VRAGEN OM MEER FLEXIBILITEIT BINNEN DE VASTE CONTRACTEN

Ron Fennema werkt al maanden vanuit huis. ‘Het begint te wennen’, zegt de leider van de onderhandelingsdelegatie van Schoonmakend Nederland. Toch vindt ook hij telefoon en beeldscherm geen volwaardig alternatief voor één-op-één contact. Soms wil je mensen letterlijk in de ogen kunnen kijken en hun reacties ervaren. Persoonlijke contactmomenten zijn onmisbaar om goed tot een nieuwe cao te komen. Dat geldt voor de onderhandelingen zelf, maar ook voor het raadplegen van leden en achterban. Het sluiten van een nieuwe cao vraagt om zorgvuldigheid en contact met degenen die het betreft. De uitkomsten hebben immers veel betekenis voor ondernemingen en hun medewerkers.

Fennema: ‘De vakbonden hebben gevraagd om uitstel omdat overleg met hun leden op dit moment moeilijk gaat. De werkgevers zien voor de bedrijfstak als geheel grote onzekerheden. De situatie is onoverzichtelijk. Delen van de sector zijn redelijk ongeschonden door het laatste jaar gekomen, maar er zijn ook heel wat bedrijven waarbij de omzet is ingestort. En de toekomst is onzeker.’ Het bestuur van Schoonmakend Nederland heeft daarom ingestemd met het uitstel.

Schoonmaak is belangrijk

De situatie tekent volgens Fennema de huidige verhoudingen tussen werkgevers en werknemers. ‘We zetten ons gezamenlijk in voor verdere verbetering van de sector. Verantwoorde arbeidsomstandigheden en -voorwaarden zijn een gemeenschappelijk belang. Afgelopen jaren zijn we samen opgetrokken om thema’s als duurzame inzetbaarheid, scholing en ontwikkeling van medewerkers inhoud te geven. Er zijn projecten gestart. Er is een permanente cao-commissie. Op het vlak van inclusiviteit en diversiteit is al heel wat bereikt. Daar gaan we gewoon mee door.’

WE MOETEN ONS REKENSCHAP GEVEN VAN DE ECONOMISCHE SITUATIE

Ron Fennema (59) werkt sinds juni 2018 in de schoonmaaksector en is als divisiedirecteur Nederland bij Vebego International B.V. verantwoordelijk voor de Nederlandse schoonmaakbedrijven zoals o.a. Hago, Fortron, Westerveld en Stoffels-Blijenberg. Daarvoor werkte hij voor bedrijven in de afvaldienstverlening en het veiligheidsmanagement. ‘Ik ken de schoonmaak nog niet zo lang, maar door ervaringen in andere bedrijfstakken heb ik een brede kijk op zaken. Die heeft me overal geleerd: mensen maken het verschil.’ Over zijn rol als eerste onderhandelaar is hij bescheiden: ‘Er is een onderhandelingscommissie die ik mag voorzitten. Omdat ik betrokken was bij de permanente cao-commissie en daar goed werk is verricht, ben ik in deze rol terechtgekomen.’ Hij gaat een stevige discussie niet uit de weg, maar hecht aan goede persoonlijke verhoudingen. Met zijn tegenspelers bij de bonden heeft hij goed contact. Renate Bos kreeg meteen een appje toen het bestuur van Schoonmakend Nederland op 8 februari besloot positief te reageren op het verzoek tot uitstel.

Hij ontkent niet dat tijdens cao-onderhandelingen belangen kunnen verschillen, maar niet op dergelijke thema’s. Het werk van schoonmakers is belangrijk voor de maatschappij. De coronacrisis heeft het belang van hygiëne nog eens onderstreept. Dat in de toespraken van de koning en de premier de beroepsgroep nadrukkelijk werd genoemd, bewijst dat het besef in de samenleving doordringt.

Speelveld is ingewikkeld

De overeenkomst om tot uitstel te komen, wil niet zeggen dat het straks aan de onderhandelingstafel gemakkelijk wordt. FNV-onderhandelaar Renate Bos heeft eerder gezegd de eis van 5 procent loonsverhoging niet ter discussie te stellen.

CREËREN VAN EEN SECTOR MET AANZIEN, WAARIN HET GOED EN PLEZIERIG WERKEN IS

Ron Fennema zet daar de realiteit van alledag tegenover: ‘Wij zijn een arbeidsintensieve bedrijfstak met doorgaans lage marges. Veel van onze opdrachtgevers maken zware tijden door. Dat vertaalt zich in de contracten. Bedrijven moeten laveren tussen kostenbeheersing en doorontwikkeling van hun medewerkers.’ Waarmee hij wil zeggen: het speelveld is ingewikkeld. Hij vertrouwt niettemin op constructieve onderhandelingen. ‘We zullen stevige discussies hebben, maar aan beide kanten is er het besef van een gemeenschappelijk doel: creëren van een sector met aanzien, waarin het goed en plezierig werken is.’ Zonder vooruit te willen lopen op de onderhandelingen, geeft hij aan dat behoud van werk een speerpunt is. De huidige omstandigheden vragen om meer flexibiliteit binnen de vaste contracten. ‘We moeten ons rekenschap geven van de economische situatie en tegelijkertijd de ontwikkeling van onze medewerkers blijven stimuleren.’ Bonden en werkgevers zitten straks weer gewoon ergens in zaaltjes tegenover elkaar. Voor de precieze invulling van een nieuwe cao zullen als vanouds weer vele uren nodig zijn. ■

Marlies van der Meulen (Polygon) en Jasper van der Schoot (Schoonmakend Nederland)

Duurzamere schoonmaak betekent transitie in de keten

Wakker worden in een 100% duurzame wereld? Het lijkt voor sommigen een ver van hun bed show. Toch zijn er simpele stappen te zetten in duurzamer ondernemen.

‘Het aanleggen van zonnepanelen is er één van, net als energiezuinige droogapparatuur en droogapparatuur die op afstand is uit te lezen in plaats van uitvoeren van vochtmeting ter plaatse,’ vertelt Marlies van der Meulen (directeur Polygon en bestuurslid bij Schoonmakend Nederland). Het begint bij bewustwording vindt ook Jasper van der Schoot (stagiair circulaire economie bij Schoonmakend Nederland). ‘Daarna kun je het omarmen en onderdeel maken van het DNA van je bedrijf.’

Bewustwording

‘Duurzaamheid staat voor toekomstbestendig ondernemen; duurzaam inzetten van je personeel, duurzaam schadeherstel en zorg als het gaat om onze planeet,’ vertelt bestuurslid Marlies. Schoonmakend Nederland focust op menselijke waarden, zoals participatie en vergrijzing. De cao vertegenwoordigt de belangen van medewerkers en werkgevers en er is een vernieuwingstafel.’ Met de duurzame inzetbaarheid van mensen zijn schoonmaakbedrijven heel bewust bezig. Iedereen wil zijn medewerkers fit houden tot aan pensioen en de werkbelasting goed verdelen tussen jong en oud. ‘Geen eenvoudig vraagstuk,’ legt Marlies uit. ‘Naast de menselijke kant ziet men het voordeel van duurzame middelen bij duurzaam schadeherstel na brand- en waterschades, steeds meer. Een goede ontwikkeling want bij bewustwording start verandering.’

Ook Jasper van der Schoot (master student circulaire economie, een studie gericht op het begeleiden van transitie in duurzaamheid) is ervan overtuigd dat duurzamer ondernemen begint bij bewustwording. ‘In duurzamer ondernemen is samenwerking tussen iedereen in de keten van belang; de samenhang tussen opdrachtgever, producten voor schadeherstel, machines en werkwijze. Er zit een gewenst resultaat in, want - bij schadeherstel - wordt het schoon, maar ook een ongewenst resultaat, want je gebruikt plastic verpakkingen, die in de auto worden vervoerd, die CO_2 uitstoot. En zitten er microplastics in de producten of niet? Dat kan anders en duurzamer.’

Transitie

Schoonmaak- en schadeherstelbedrijven zijn zich bewust van de producten die ze gebruiken en of die milieubelastend zijn of niet. ‘Maar zijn aanbestedingen duurzaam?’

Wist je dat...

Polygon de restuitstoot van CO_2 investeert in een duurzaam energieproject: waterkrachtcentrale in India, waardoor 7000 huishoudens schone energie kunnen gebruiken? Een mooi voorbeeld van hoe je de energie teruggeeft aan de planeet.

Staat in de gehele keten duurzaamheid op de kaart en alle neuzen dezelfde kant op? Dan gebeurt er iets. ‘Het gaat om het gesprek.’ Zo is er overleg met de NVZ en zijn er werkgroepen. ‘Daaruit blijkt des te meer dat we in gesprek moeten gaan over duurzaamheid om échte verandering teweeg te brengen,’ aldus Jasper en Marlies. >

STAP UIT JE PROCES,
GA ERBOVEN
HANGEN EN KIJK
WAT BETER KAN.



Marlies van der Meulen



Jasper van der Schoot



Koploper

Polygon, gespecialiseerd in het herstellen van brand- en waterschades en het leveren van klimaatoplossingen, is het eerste bedrijf dat klimaat-neutraal werkt. ‘We nemen onze maatschappelijke verantwoorde-lijkheid. Intrinsieke motivatie is het beste startpunt bij duurzamer ondernemen,’ aldus Marlies. Wat Polygon actief doet, is het gesprek aangaan over vormgeving van duurzaamheid in samenwerking met opdrachtgevers. ‘Maak het bespreekbaar in de keten. Als je weet hoe je het duurzamer kan doen, verandert je denk- en werkwijze.’ Ze adviseert: ‘Begin bij de ‘quick wins’. Dan verander je iets in korte tijd en dat loont. Daarnaast bespaar je geld als je energie duurzaam gebruikt, zoals bij zonnepanelen.’ En: ‘Betrek je medewerkers bij het proces.’ Ze besluit: ‘reconditionering is veel duurzamer dan producten helemaal opnieuw maken. Na een brand kun je alle spullen direct afvoeren, maar hergebruik is zeker mogelijk en veel minder milieu-belastend, de perfecte basis voor circulaire economie.’

DUURZAAMHEID MOET IN JE DNA GAAN ZITTEN.

Inspiratiesessies

Er is een klankbordgroep Duurzaamheid en werkgroepen om met duurzaamheid aan de slag te gaan. Op 15 maart en 1 april vinden er inspiratiesessies plaats (zie schoonmakendnederland.nl/bijeenkomsten). ‘We wisselen informatie uit over duurzaamheid. Zo komen we tot inzichten en duurzamere oplossingen met alle partijen uit de keten, van opdrachtgever tot fabrikant.’



Wist je dat...

Jasper een maand lang duurzaam heeft geleefd in ecologisch dorp Ppauw in Wageningen, terug naar de basis in een caravan, zonder douche met water uit een bron en zonnepanelen voor elektrici-teit? Hij kwam zo tot zinvolle inzichten op het gebied van duurzaamheid: ‘Alles hangt heel erg samen, we wonen in huizen en om die te kunnen betalen moet je met zijn tweeën werken. Om 17 uur moet je nog snel boodschap-pen doen en koop je in de supermarkt voorverpakte groente en vlees. Als iets kapot is, kopen we het nieuw, omdat we niet weten hoe we het moeten repare-ren en we er ook geen tijd voor hebben. Zo produceer je heel veel afval. De mensen die daar wonen hebben geen hoge woonlasten en daardoor tijd om op een duurzame manier voor zichzelf te zorgen. Het enige dat ik aan spullen gemist heb, is mijn werkkamer, waar ik rustig kan zitten, werken en studeren. Zo merk je dat we helemaal niet veel nodig hebben.’

Klimaatakkoord

Het klimaatakkoord verplicht duurzaam ondernemen vanaf 2040. Nederland wil in 2050 een economie hebben zonder afval. In 2030 zal al 50% van het afval moeten zijn gereduceerd. Daarom het advies: ‘Ga mee in duurzaam ondernemen met de juiste focus op de toekomst van je eigen bedrijf en daarbuiten. Het levert veel meer op dan je denkt!’ ■

Wist je dat...

...De stappen die je kunt zetten om duurzamer te ondernemen te vinden zijn op [schoonmakendnederland.nl/ duurzaamheid](https://schoonmakendnederland.nl/duurzaamheid)

SVP Schoonmaak

‘STA OPEN VOOR EFFICIENCY IN INNOVATIES.’



‘Niet lullen, maar poetsen.’ Deze typisch Rotterdamse uitspraak gaat zeker op voor SVP Schoonmaak. De twee eigenaren, zwagers André Ponsen en Dimitri van Vliet, vullen elkaar perfect aan bij het nadenken over en uitvoeren van innovaties. ‘We zijn ondernemend en staan open voor vernieuwing,’ vertelt André; ‘Het doel is efficiencywinst in communicatie en in de werkbelasting van medewerkers.’

Open blik

‘In de meeste gevallen laten we ons leiden door de praktische kant van het schoonmaken. Kan het sneller of beter? Dan proberen we het uit,’ begint André zijn verhaal. Zo zijn ze twee jaar geleden gestart met een app voor het uitvoeren van kwaliteitsmetingen. ‘Inmiddels is dit uitgebreid met een digitaal logboekstelsysteem en hebben we veel formulieren erin verwerkt, van inschrijving nieuwe medewerkers tot verzuim- en herstelmeldingen, en voeren we er werkplekinspecties en LMRA’s (Laatste Minuut Risico Analyse) mee uit.’ Het levert tijds-winst op, alles staat digitaal, geen formulieren meer. ‘In het verlengde hiervan, draait ons ISO en VCA-systeem ook volledig op een digitaal platform en in een app. Het elkaar makkelijk maken, is winst voor iedereen, van medewerker tot opdrachtgever.’

Afweging

‘Een innovatie is niet duur als het brengt wat je ervan verwacht,’ vertelt Dimitri.

‘We hebben afgelopen jaar geïnvesteerd in een tweede stoomreini-gingssysteem. Naast reguliere hogedrukreiniging reinigen we hier-door kwetsbare oppervlakken zonder chemie en impactschade.’ Zo wegen ze bij elke keuze af of het wel of geen rendement oplevert. ‘In dit systeem zien we meerwaarde, omdat we ons hiermee onderschei-den in de markt.’ Een simpel voorbeeld, van een heel ander kaliber, is dat we vanuit de personeelscommissie het verzoek kregen om een ander type winterjas in te kopen. Ondanks dat deze prijstechnisch flink hoger lag, hebben we hier toch voor gekozen. ‘Als het je een fitte en enthousiaste medewerker oplevert, die comfortabel werkt, is dat de investering waard.’

Medewerkers

‘Wil je innoveren? Neem je mensen mee in het proces,’ legt André uit. ‘Kijk wat er gebeurt op de werkvloer. Dan blijven medewerkers aangehaakt. Ze snappen dan wat de vernieuwing precies voor hen betekent.’ Het werkplezier van je medewerkers optimaliseren, zeker nu de gemiddelde leeftijd stijgt, staat centraal. Naast het gebruik van de juiste machines, zorgen ze ervoor dat hun medewerkers cursussen kunnen blijven volgen. ‘Het mooist is als een ervaren schoonmaker zegt dat hij iets nieuws heeft geleerd. We zijn betrokken bij onze me-dewerkers, die binnen bepaalde bandbreedte, vrijheid krijgen in het nemen van beslissingen, en dat werkt. Daar doen we het voor; onze medewerkers in staat stellen te doen wat we onze klanten beloven.’ ■



Sociaal ondernemerschap verdient zich terug

KORTDUREND
VERZUIM MINDER
DAN TWEE
PROCENT.

Geregeld klinkt vanuit de samenleving de oproep dat ondernemingen zich bewuster moeten zijn van hun maatschappelijke taak en positie. Niet alleen winst is belangrijk, ook het welzijn van mensen en de leefomgeving. Bij Dros Schoonmaakdiensten uit Apeldoorn zullen ze zich niet aangesproken voelen. Dat bewustzijn is er al lang en hoort bij het bedrijf als een emmer bij de glazenwasser.

Na afloop van het gesprek neem ik mijn aantekeningen door en probeer samen te vatten wat ik heb gehoord. 'Sommige mensen hebben wat extra steun nodig op de arbeidsmarkt. Ze verdienen dat. Kijk naar wat ze kunnen in plaats van naar hun beperkingen. Pas het werktempo aan. Zorg voor goede begeleiding. Het is mooi een zwerfjongere te motiveren en te ontwikkelen tot een gewaardeerde arbeidskracht.'

Nee, het was geen gesprek met een sociaal-consulent. Ik sprak een rasondernemer en zijn adjunct-directeur. Mensen die leidinggeven aan een florerend bedrijf met zo'n 400 medewerkers. Een bedrijf dat de coronatijd goed is doorgekomen door grip op de zaak te houden. Oprichter en directeur Ronald Dros weet van wanten. Hij begon op jonge leeftijd voor zichzelf en bouwde het bedrijf met eigen handen op. Hij heeft zojuist een nieuwe acquisitie afgerond. Afgelopen vijf jaar is de omzet verdubbeld. Zijn rechterhand Frank Lieferink heeft een achtergrond in de accountancy. Vanuit zijn jarenlange ervaring als controller kijkt hij altijd naar de cijfers. Beiden maken direct duidelijk: omzet, marge en winst zijn bij Dros net zo belangrijk als bij iedere andere onderneming. Het is gewoon een commercieel bedrijf.

Laag verzuim

Als het gaat om maatschappelijke verantwoordelijkheid is Dros echter minder gewoon.

Tien procent van de medewerkers heeft een stevig complexe persoonlijke achtergrond, werkt in een aangepast tempo of heeft aangepaste arbeidsomstandigheden. Het kán. Daar is geen twijfel aan; het is de praktijk van alledag. Het gaat financieel goed met het bedrijf, opdrachtgevers zijn tevreden en het personeel ook. In de geregelde medewerkers-tevredenheidsonderzoeken scoort Dros gemiddeld een acht en vaak nog daarboven. Het kortdurend verzuim is (buiten coronatijd) ongekend laag, minder dan twee procent. Het gesprek gaat over het praktisch invullen van sociaal ondernemen. We spreken elkaar volgens de coronaregels via het beeldscherm. Dat staat de openheid niet in de weg.

Goed werk

'Sociaal ondernemerschap verdient zich terug', zegt Frank Lieferink. 'Ook opdrachtgevers vinden het belangrijk dat je als onderneming onderdeel uitmaakt van de gemeenschap. Dat doen ze zelf ook'. Goed werk leveren kreeg Ronald Dros met de paplepel ingegoten. Zijn vader was manager bij Cemsto, zijn moeder was schoonmaakster. Er was waardering voor hun werk. Toen hij zijn onderneming startte in Hoenderloo, behaalde hij al snel het branchekeurmerk. Goed werken en goed voor mensen zijn, vormen de pijlers van succes. 'Je moet werken vanuit je hart en uitgaan van eigen kracht', is zijn motto. Hij wil een menselijk bedrijf. Dat betekent concreet: vinden van oplossingen, door met opdrachtgevers en medewerkers in gesprek te gaan. >

Werkteams krijgen veel verantwoordelijkheid. ‘Wij zijn een platte organisatie waar creatief wordt gekeken naar de combinatie van werk en persoonlijkheden’, vult Frank Lieferink aan. Hij geeft een voorbeeld. Eén van zijn medewerkers heeft een autistische aandoening. Hij kan uitstekend en precies een bepaalde grote, duidelijk omschreven taak uitvoeren. ‘Zet hem op een schoonmaakmachine in een grote hal en hij wordt gelukkig. En de klant ook.’

MENSENKENNIS IS BELANGRIJK

Mensenkennis
Medewerkers die moeite hebben met een hoog tempo of iets niet meteen begrijpen, vragen om wat meer geduld. ‘We geven ze de tijd. Het betekent ook voor onze rayonmanagers dat ze er extra tijd in moeten steken. Die krijgen ze dan ook van ons. Hun opdracht is mensen in hun kracht zetten en dat doen wij als management ook. Een aantal rayonmanagers is binnen de onderneming opgeklommen.’ Hij is als adjunct-directeur geregeld op de werkvloer te vinden en heeft zelf meege draaid om te ervaren wat het werk inhoudt. Mensenkennis is belangrijk.

Helaas zit in de praktijk wet- en regelgeving soms in de weg, constateren beiden. Zo bezorgen de Participatiewet en de privacyregels wel eens hoofdbreken om het uiteindelijk voor de mensen goed te regelen.

SW-bedrijven
Dros werkt goed samen met SW-bedrijven, de vroegere sociale werkplaatsen. Dat is in schoonmaakland niet vanzelfsprekend. Geregeld klinkt het geluid dat ze het brood uit de mond van commerciële bedrijven stoten. Ronald Dros daarover: ‘Natuurlijk kan er een spanningsveld zijn. Als een gemeente een opdracht geeft aan een SW-bedrijf omdat dat goedkoper is, doe je ondernemingen tekort. In zo’n geval ga je het gesprek aan. Er is niets mis aan opkomen voor je eigen bedrijf. De conclusie was, dat we elkaar konden helpen. Wij kunnen bijvoorbeeld mensen goed opleiden. Dat bevordert de doorstroming naar regulier werk en dat is juist de bedoeling.’

Aanbesteding
Een goede verstandhouding is belangrijk. Dat geldt ook voor de relatie met opdrachtgevers. Als bij een aanbesteding alleen wordt gekeken of de prijs nóg meer uitknepen kan worden, haakt Dros af. Laat een ander het maar doen. ‘Je moet bij elkaar passen’, vult Frank Lieferink aan.

Dat een goede relatie zich uitbetaalt, bleek bij aanvang van de coronacrisis. Kantoren gingen dicht, scholen en kinderopvang sloten. In een paar dagen is met meer dan 200 klanten gesproken om te overleggen hoe om te gaan met de nieuwe situatie. Slechts met twee kwamen ze er niet goed uit. Corona heeft niet tot slapeloze nachten geleid. ■

PSO-Trede 3
Dros Schoonmaakdiensten heeft het PSO-certificaat Trede 3. PSO staat voor Prestatieladder Socialer Ondernemen. Trede 3 is het hoogst haalbare. PSO is een objectieve maatstaf hoeveel een bedrijf bijdraagt aan werkgelegenheid voor mensen met een kwetsbare arbeidsmarktpositie. Kernbegrippen zijn passend werk, integratie, ontwikkeling en begeleiding. De maat werd gezamenlijk ontwikkeld door het bedrijfsleven, SW-bedrijven, TNO en PSO Nederland. Doel is meer mensen duurzaam aan het werk te krijgen. Hoewel er een strenge audit is, was het voor Dros Schoonmaakdiensten niet ontzettend ingewikkeld om aan de criteria te voldoen. ‘Het was eigenlijk een invuloefening’.



Ronald Dros (l) en Frank Lieferink (r)

JE MOET WERKEN
VANUIT JE HART
EN UITGAAN VAN
EIGEN KRACHT



Deborah Broos-Klop

‘Pas in het tweede jaar begon ik het leuk te vinden’

Dat Maasland Schoonmaakdiensten nog steeds een familiebedrijf is, mag een wonder heten. Dochter Deborah Broos-Klop (37) had geen enkele ambitie om het familiebedrijf over te nemen en haar broers evenmin. Maar toen ze in 2017 tijdelijk de teugels in handen nam na het overlijden van haar vader, bleek ze toch een geboren eigenaar.

‘Met een schriftje op schoot zat ik urenlang aan het ziekenhuisbed van mijn vader. ‘Hoe zit dit, pa? En hoe moet dat?’ Dat ik de tent draaiende zou houden tot hij weer beter was, sprak vanzelf. Behalve dat ik grafisch ontwerper was, deed ik sinds 2006 ook een dag in de week de administratie van het bedrijf van onze ouders.’ Vier maanden later stierf hij. ‘Op mijn vaders sterfbed stapte mijn broertje Stanley uit zijn onderneming, een kroeg, om mij te komen helpen. Het hart van mijn andere broer, ondernemer in de ICT, lag niet bij de schoonmaak. Ik nam me voor om Stanley bij te staan, totdat hij het bedrijf zou overnemen. Maar hij redde het niet alleen. En dus stopte ik met ZZP-en en werden we samen eigenaar en directeur.’

Puur overleven
Het eerste jaar was puur overleven. ‘Het verlies van mijn vader viel me zwaar. Ik voelde een enorme verantwoordelijkheid voor zijn

medewerkers en klanten. Ik werkte keihard. Met ook nog drie kinderen en een echtgenoot met een pittige baan liep het thuis regelmatig spaak. Dat mijn broer en ik opeens collega’s waren, was ook niet altijd even leuk. We hadden allebei de beste intenties voor de zaak, maar dat neemt niet weg dat het een paar keer goed geknald heeft tussen ons.’

Ommezwaai
‘Pas in het tweede jaar begon ik het leuk te vinden. De ommezwaai kwam toen mijn man en ik het huishouden omgooiden. Hij ging parttime werken, ik fulltime. Ook met mijn broer kwam ik tot een goede rolverdeling: hij de operatie en de relaties, ik de strategie. Met de komst van een HR-adviseur en mijn schoonzus, die de boekhouding overnam, kon ik me gaan bezighouden met de ontwikkeling van ons bedrijf. Want dat bleek ik – tot mijn verbazing – het leukst van alles te vinden. Geleidelijk is het bedrijf van mijn ouders ons

bedrijf geworden. We namen afscheid van de geërfde payrollconstructie en namen onze medewerkers in dienst. Ook de verhuizing naar een mooi nieuw pand was gevoelsmatig een belangrijke stap naar een eigen koers.’

Onbedoelde groei
‘Nu, vier jaar later, is het nog steeds aanpoten. Dat komt door de onmiddellijke en onophoudelijke groei. We begonnen met 18 medewerkers. Nu zijn het er 88. 25 locaties werden er 139. Dat was geen doel, maar een natuurlijk gevolg van ons beider enthousiasme. Eigenlijk, realiseer ik me nu, hebben we veel voor elkaar gekregen, ondanks het overlijden van mijn vader. En kan ik veel meer dan ik dacht.’ ■

Maasland Schoonmaakdiensten BV
Opgericht: 1992
Overgenomen: 2017
Portefeuille: 97 zakelijk
Personeel: 43 fte
Recente groei: 25-30% per jaar



De Zwart Schoonmaak bestaat 75 jaar

‘Dichtbij jezelf blijven en je gevoel volgen’

Bij binnenkomst in het bedrijfspand van De Zwart Schoonmaak in Warmond voel je vrijwel direct de huiselijke sfeer. Hun trouwe viervoeters blaffen uitgelaten bij aankomst. Dit typeert moeder en dochter Mary en Daisy Waasdorp bij uitstek. ‘In het ondernemen blijven we zo dicht mogelijk bij onszelf. We volgen ons gevoel en zeggen ja op alles dat ons energie geeft.’

Deze energie stralen ze uit en brengen ze over op hun medewerkers. ‘We geven medewerkers een beleving mee. Gaan ze vol plezier naar hun werk, dan is dat voor ons fijn.’ En dat loont: ‘Vorig jaar is er een medewerker met pensioen gegaan, die 32 jaar bij ons in dienst was,’ zegt Daisy.

Familiair

Daisy begint, net als haar grootvader (zie kader), al op jonge leeftijd met meekijken in het familiebedrijf. ‘Schoonmaak is mij met de paplepel ingegoten,’ vertelt Daisy, die nu bijna 20 jaar in de zaak werkt en inmiddels mede-eigenaar is. ‘Hoewel ik eerst accountancy deed, ben ik, op aanraden van mijn toenmalige werkgever, toch in ons bedrijf gestapt, om het zo binnen de familie te houden.’ Hoewel ze de bedrijfsvoering samendoet met moeder Mary, worden de teugels steeds meer losgelaten. ‘Ik heb er vertrouwen in dat Daisy de zaak kan gaan overnemen. Ze is er klaar voor,’ aldus Mary.

Op 13 maart dit jaar vieren ze hun 75-jarig jubileum. Hoewel uitgebreid vieren niet zo goed lukt in deze gekke tijden, willen ze dit zeker niet ongemerkt voorbij laten gaan.

‘We komen in een regionaal zakelijk magazine op de voorpagina; daar zijn we enorm trots op,’ zegt Daisy. ‘Al is het niets voor ons om op de voorgrond te treden.’

Meneer de Zwart

Mary hoorde in het verleden, en zelfs nu hoort Daisy het soms, de verbazing bij mensen over beide vrouwelijke eigenaren. ‘Dat is heel stigmatiserend. Dan vraagt iemand aan de telefoon: ‘Mag ik meneer De Zwart spreken?’ Ze zijn erg blij dat er steeds meer vrouwen bij bedrijven aan het roer staan. Hoewel ze het niet altijd met elkaar eens zijn, zitten ze grotendeels op één lijn en dat helpt: ‘Ons personeel en klanten merken dat ook, mensenkennis krijg je wel na al die jaren; je weet precies op wie je kunt bouwen. Dat draagt bij aan de sfeer. We leveren de juiste middelen en materialen en geven medewerkers een stem,’ voegt Mary toe. ‘We waarderen wat ze doen en dat voelen zij ook; dat levert kwaliteit op.’

Gekke tijd

Hoewel ze veel last hadden van gesloten deuren bij hun klanten tijdens de eerste coronagolf, is dat nu minder het geval. ➤

‘ZIJN
JULLIE
DIT PAND
TEGEN
CORONA
AAN HET
ONTSMET-
TEN?’

‘De schoonmaak gaat aangepast door, met minder mensen op kantoor,’ vertelt Daisy. ‘Het is zelfs nog nooit zo belangrijk geweest als nu,’ beaamt Mary, die blij is dat de schoonmaker eindelijk een gezicht krijgt. ‘We staan op het prioriteitenlijstje van de klant; schoonmaak is onmisbaar voor een gezonde samenleving. ‘Hoewel de uren per schoonmaker iets zijn gedaald door de crisis mogen ze niet klagen. ‘We schuiven in ons team van schoonmakers en glazenwassers om iedereen aan het werk te houden. We hoeven geen medewerkers naar huis te sturen, al baart de daling van de uren per medewerker mij wel zorgen,’ legt Daisy uit. We doen ons uiterste best onze medewerkers aan het werk te houden. Dat lukt best aardig, daar ben ik tevreden mee.’ Daarin schuilt ook het geheim van hun 75-jarig bestaan: er zijn voor je medewerkers. ‘Zij zijn de basis van De Zwart Schoonmaak, zonder hen zijn we nergens,’ voegt Mary toe. ‘En we zijn blij dat we zowel kleine bedrijven als particulieren als klant hebben. Daar gaat het meeste werk door.’

Innovatie

‘Bij vernieuwingen testen we eerst alles,’ aldus Daisy. ‘We moeten overtuigd zijn van de toegevoegde waarde. Dan pas investeren we erin. Zo hebben we net een elektrische borstel aangeschaft voor het reinigen van zonnepanelen. En de laatste jaren zijn we nóg duurzamer gaan ondernemen, een fijne ontwikkeling, waar het imago van de schoonmaak door verbetert.’

Blik op de toekomst

‘Ik heb mijn aandeel gehad,’ grapt Mary. Al vindt ze het lastig om los te laten, ze probeert het steeds meer. ‘Mijn vader vond het lastig om van papier naar computer over te schakelen. Zo probeer ik alle noviteiten aan Daisy over te laten. Zo kan ik langzaamaan iets meer afstand nemen.’ Door het vroegtijdig overlijden van haar vader, heeft Mary op zakelijk gebied alles zelf moeten ontdekken. Dat probeer ik bij Daisy ook. Soms is het voor Daisy wennen, maar het voelt goed om het op haar eigen manier te doen. ‘Ik heb zin in de toekomst en ga alle mogelijkheden benutten!’ besluit Daisy. En zo blijft de geschiedenis zich herhalen en De Zwart een authentiek familiebedrijf, met een frisse blik op de toekomst. ■

Bedrijfsjubileum in 2021?
Meld je bij Schoonmakend Nederland

Vier je binnenkort een jubileum met je bedrijf? 25, 40, 50 of nog meer jaar? Meld je dan bij Schoonmakend Nederland voor een bijzonder portret. Schoon@schoonmakendnederland.nl

Tijdslijn

- 1946 ● Mary’s grootvader start een glazenwasserij in Sassenheim. Zoon Koos stapt jong in het bedrijf als glazenwasser.
- 1954 ● Ruud, de broer van Koos, stapt in het bedrijf.
- 1972 ● Mary’s grootvader stopt in het bedrijf, de twee broers nemen het over.
- 1978 ● Koos start ‘Schoonmaakbedrijf Mary’, samen met zijn vrouw.
- 1986 ● Het bedrijf verhuist naar Lisse.
- 1989 ● Er wordt een stuk grond gekocht op Meer en Duin.
- 1990 ● Feestelijke ingebruikname van het pand in Lisse.
- 1996 ● Mary bouwt, samen met haar broer Carl, het bedrijf uit.
- 2007 ● Het bedrijf wordt opgesplitst en Mary verhuist met een deel terug naar Sassenheim. Daarbij stapt haar man in en wordt De Zwart Schoonmaak een v.o.f.
- 2013 ● Dochter Daisy wordt mede-eigenaar
- 2017 ● Verhuizing naar nieuwgebouwd pand in Warmond.
- 2021 ● 75-jarig jubileum De Zwart Schoonmaak

ACS cleaning B.V.

‘BLIJF
NUCHTER
EN KIJK WAT
WÉL KAN.’

Gesloten deuren, mondkapjes, 1,5 meter afstand en een avondklok. Het wordt schoonmaakbedrijven niet makkelijk gemaakt in deze tijd. Toch zijn er bedrijven die gestaag doorgroeien. ACS cleaning, al 25 jaar een gerenommeerde speler in schoonmaakland, is er één van. In gesprek met oprichter Xander van de Kamp op hun hoofdkantoor in Venlo.

Jong geleerd

Hoewel ACS cleaning B.V. op dit moment 225 medewerkers heeft, startte het bedrijf 25 jaar geleden met slechts enkele. ‘Ik ben bij een schoonmaakbedrijf gaan werken in 1993,’ vertelt Xander. Een jaar later werd hij compagnon. Het jaar daarna kocht hij de eigenaar uit en ging hij alleen verder. De laatste vijf jaar is het bedrijf vier keer zo groot geworden door diverse overnames en toevoeging van de maatschappelijk verantwoord onderneming Bijzonder Schoon. ‘We zijn heel goed voor onze mensen en kiezen opdrachtgevers die bij ons passen. Daardoor groeien we gestaag door.’

Aanpassingsvermogen

En toen kwam begin van het jaar 2020 corona. ‘We proberen in oplossingen te blijven denken,’ vertelt Xander, ‘Dat hebben we altijd gedaan en in dit geval ook.’ Ze hebben het geluk dat ze veel vaste mensen in dienst



hebben en ook mensen die flexibel inzetbaar zijn. ‘Dat scheelt om je eigen koers te varen. Zo kunnen we snel schakelen om ons aan te passen aan de telkens veranderende omstandigheden. Xander adviseert andere bedrijven: ‘Blijf met je beide benen op de grond en focus op wat wél kan.’

Oog voor de mens

‘We zorgen voor de juiste middelen en materialen,’ vertelt Xander. ACS cleaning gaat mee met de markt, met bijvoorbeeld iMops maar ook robot stofzuigers. Zo is er een oudere dame die eerst 500 m2 moest stofzuigen bij een bedrijfspand.

Winactie

In een eerdere editie van Schoon. vroegen we jullie om een foto met poster van Schoonmakend Nederland te maken. ACS cleaning B.V. maakte de foto met het badeendje, plaatste deze op Instagram met de #schoonmaaktmogelijk en won zo deze pagina in Schoon.

Op dat pand is nu een schoonmaakrobot ingezet, waardoor de medewerkster niet meer het hele pand hoeft te stofzuigen en slechts lichte schoonmaakwerkzaamheden hoeft te doen. ‘We hebben zo oog voor de mens achter de schoonmaker, altijd en zeker in deze tijd.’

ACS cleaning is o.a. shirtsponsor van VVV-Venlo en in 2019 genomineerd voor de Limburg Duurzaamheid Award. Ze hebben een voedselbos aangelegd naast het bedrijf, waarmee de biodiversiteit vergroot wordt en insecten worden geholpen. Het voedselbos bestaat onder andere uit een bankje voor zowel insecten als de medewerkers en een insectenhotel waar insecten/bijen in kunnen kruipen. Een mooi initiatief in het kader van hun missie ‘Samen werken aan een schone wereld.’ Ook is er met de maatschappelijke tak van VVV-Venlo en Venlo Schoon een zwerf-afval project gestart om de straten in Venlo schoon te houden.

Ook in 2021 recht op vrije dag op 1 mei of verjaardag

Net als in 2020 hebben werknemers dit jaar recht op één extra vrije dag op jaarbasis. Deze dag mag of op 1 mei worden opgenomen of op de verjaardag. De werknemer bepaalt welke dag het wordt. Dit is geregeld in artikel 29 van de cao.

De werkgever moet de keuze van de werknemer accepteren, tenzij er aantoonbaar bedrijfseconomische omstandigheden zijn die het opnemen van de vrije dag onmogelijk maken. In dat geval wordt direct een vervangende vrije dag afgesproken. Er is sprake van betaald verlof.



Standaardbestek reconditionering nu beschikbaar

Het standaardbestek voor reconditioneerders is vanaf nu beschikbaar. Het bestek draagt bij aan transparantie in de markt. Reconditioneerders gebruiken het bestek om eenduidig aan te geven welke werkzaamheden zij gaan uitvoeren. Voor opdrachtgevers wordt het eenvoudiger om offertes met elkaar te vergelijken, terwijl eerlijke concurrentie tussen de reconditioneringsbedrijven gehandhaafd blijft.

Download het standaardbestek op schoonmakendnederland.nl/reconditionering.



Meer leren over duurzame inzetbaarheid? Volg de filmcampagne

In de cao schoonmaak zijn afspraken gemaakt over duurzame inzetbaarheid en hoe je gezond, veilig en met plezier je pensioen haalt. Doel van de afspraken is dat de werknemer regie neemt over de eigen duurzame inzetbaarheid. De werkgever kan daarbij helpen. Maar hoe kunnen werkgevers dat doen? En hoe krijgt de werknemer eigen regie?

In 10 korte filmpjes leggen werkgevers en werknemers, experts en coaches uit wat duurzame inzetbaarheid is. Wat het oplevert. Wat je kunt doen om gezond en met plezier te blijven werken. En hoe je zelf de regie over jouw eigen inzetbaarheid kunt nemen.

Meer informatie op ras.nl/inspiratie

Bewustwordingscampagne 'Elke dag weer'

Om het belang van veilig en gezond werken in de schoonmaak te vergroten, ongewenst gedrag en discriminatie tegen te gaan, is de campagne 'Elke dag weer' gelanceerd. De campagne wil er (mede) voor zorgen dat problemen bespreekbaar worden. Dat het normaal wordt om zaken als pijnklachten aan de orde te stellen. Dat je met je leidinggevende in alle veiligheid, ongewenst gedrag – zoals discriminatie, (seksuele) intimidatie of pesterijen – kunt bespreken. Want als we goed voor onze mensen zorgen, komt dat de kwaliteit van het werk ten goede en kunnen uitval en verzuim teruggedrongen worden. Verschillende (online) hulpmiddelen, tools en diverse werkwijzers zijn beschikbaar voor leidinggevend en schoonmakers.

elkedagweer.nl

Digitale object RI&E Veilig werken op hoogte

Het werken op hoogte kent grote risico's. Daarom zijn er voor de glas- en gevelreiniging bijzondere veiligheidsafspraken (werkmethodes en eisen per methode) gemaakt. Deze zijn gebaseerd op de arbeidshygiënische strategie en zijn het minimaal vereiste niveau van veiligheid, waarop Inspectie SZW inspecteert. Deze veiligheidsafspraken gelden voor iedereen die werkt in de glas- en gevelreiniging, werkgevers, werknemers en zelfstandigen.

RIE-glas via rieschoonmaak.nl

Het is nu mogelijk om makkelijk een object-rie te maken op laptop, tablet of telefoon met de vereenvoudigde versie van de RI&E Schoonmaak applicatie. Er is gewerkt aan vereenvoudiging, de toegankelijkheid en gebruikersgemak. Ook is de arbeidshygiënische strategie verwerkt in de systematiek voor glas en gevel, waarmee de tool een nieuwe look & feel heeft gekregen.

Meer informatie: rieschoonmaak.nl.

RAS organiseert Webinars over verzuim en duurzame inzetbaarheid

Als vervolg op het congres 'Positief (samen)werken aan verzuim' in november gaat de RAS webinars organiseren. In de Webinars worden thema's rondom verzuimbeleid en duurzame inzetbaarheid van medewerkers uitgediept. Naast inhoudelijke uitleg wordt aandacht besteed aan hoe je met aan de slag kunt met het thema in je eigen bedrijf.

Kijk voor het aanbod op ras.nl/programma.

Gezien op social media

Schoonmakend Nederland @SchoonmakendNed

Schoonmakend Nederland is samen met @MinisterieSZW gestart met 'banenafpraak schoonmaak' project. Het doel is om tijdens deze economisch zware crisistijd mensen met een arbeidsbeperking te behouden voor de schoonmaaksector.

#SchoonMaaktMogelijk



Schoonmaak Vakdagen 2021 verplaatst

De Schoonmaak Vakdagen zijn verplaatst naar het najaar. De 3e editie wordt gehouden op 9 en 10 november 2021. Het evenement wordt gehouden in Expo Houten. Het Nederlands Kampioenschap glazenwassen wordt onderdeel van deze vakdagen. Wij zijn met de organisatie in gesprek over de invulling.

SCHOONMAAK VAKDAGEN

Volg Schoonmakend Nederland

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





Hoe ben je in de schoonmaaksector-glasbewassing terecht gekomen?

Zoals veel kinderen van ouders met een schoonmaakbedrijf ben ik uiteindelijk in schoonmaakland terechtgekomen. In het begin, tijdens de zomervakantie, helpen met vegen en moppen van trappenhuizen. Eigenlijk best leuk werk, maar niet bepaald Pavlov bij je beroepskeuze in de derde klas lagere school. Dus toch eerst maar gaan voor raketgeleerde bij NASA. Bij afwijzing 24 was de lol eraf en werd vader gevraagd of hij nog een baantje had.

Vader Ruud, gesjeesd bouwkundig tekenaar, die zijn lol in werken terugkreeg als glazenwasser, kon nog wel een mannetje gebruiken. Als glazenwasser. En zo is het begonnen.

Wat maakt onze sector nou de mooiste sector om in te werken?
‘Lekker hoor, zo in het zonnetje. Emmertje water mee en raampjes wassen.’ De reactie dat we nog een vacature hebben, maar ook in de regen en de winter buiten werken,

- Peter Zander, 52 jaar
- Eigenaar Z.Z.D. Glasbewassing B.V.
- In 2000 het bedrijf opgericht

ontlokt een wat geforceerde glimlach bij de geblondeerde juffrouw. Aan het uiterst geestige “kopje koffie glazenwasser...!” houdt ze zich wel. Haar sollicitatiebrief heb ik nooit ontvangen. Gemiste kans.

Wat is jouw mooiste ervaring tijdens de glasbewassing?
(Deze vraag komt van zus Ella)
Mijn ‘mooiste’ ervaring in de glasbewassing is van 8 juli 1992. Tijdens een warme zomerdag bleek ik te kunnen vliegen! Van 5 hoog naar beneden. Het was fantastisch. Kort, maar fantastisch. De landing daarentegen niet. Ik snap de vraag van zus wel. Het ongeluk had, op dat moment, een enorme impact op mijn leven en ons gezin. En eigenlijk heeft het die impact op mijn leven nog steeds.

Wat zijn jouw ambities voor de toekomst?
ZZD is een gezond bedrijf, gespecialiseerd in glasbewassing, met een goed team, een jonge materieelvloot en een gespreide portefeuille. Mijn ambitie is om dit geheel gecontroleerd uit te breiden.

Welke tip heb je voor ons, Schoonmakend Nederland/Kabinet?
Ik vind jullie website een stuk verbeterd. ■

Aan wie uit onze sector wil jij het stokje van deze interviewreeks doorgeven en wat zou jouw vraag aan hem of haar zijn?
Ik wil het stokje doorgeven aan Claudio Bolman van BCS Cleaning. Hoe ervaart Claudio het doorgaan met een bedrijf na het wegvallen van vader John.

Bijeenkomsten, academie en evenementen

Schoonmakend Nederland organiseert in de academie verschillende cursussen en workshops over uiteenlopende onderwerpen rondom werkgeverschap, ondernemerschap een duurzaamheid. Ook worden (leden)bijeenkomsten georganiseerd over relevante thema’s en ook voor specialisten.

Deelname aan de academie is mogelijk voor medewerkers van lidbedrijven én ook voor medewerkers van niet-lidbedrijven. Leden hebben voordeel op de deelname kosten en betalen maximaal € 50,- per training. Niet-leden betalen een hoger bedrag. Ledenbijeenkomsten zijn alleen toegankelijk voor leden van Schoonmakend Nederland, deelname is kosteloos.

Academie: De diverse gesprekken rondom verzuim, hoe voer je een goed gesprek?
Datum Donderdag 11 maart 2021
Tijd 9.30 – 12.00 uur
Locatie Dynahouse, Nieuwegein

Academie: RI&E Glas & Gevel (VOL)
Datum Donderdag 11 maart 2021
Tijd 9.30 – 16.30 uur
Locatie KMO Solutions, Apeldoorn

Ledenbijeenkomst AWOG
Datum Maandag 22 maart 2021
Tijd 16.00 – 17.30 uur

Academie: De participatiewet toegelicht
Datum Donderdag 8 april 2021
Tijd 10.00 – 11.15 uur

Academie: WVP het tweede ziektejaar, wat nu?
Datum Donderdag 15 april 2021
Tijd 9.30 – 12.00 uur
Locatie Dynahouse, Nieuwegein

Academie: Ontslagroute UWV: meer inzicht in procedure en werkwijze
Datum Donderdag 22 april 2021
Tijd 10.00 – 14.00 uur

Academie: RI&E Glas & Gevel
Datum Donderdag 29 april 2021
Tijd 9.30 – 16.30 uur
Locatie KMO Solutions, Apeldoorn

Academie: (On)gewenst gedrag op de werkvloer
Datum Dinsdag 18 mei 2021
Tijd 9.30 – 12.00 uur
Locatie Dynahouse, Nieuwegein

Algemene ledenvergadering
Datum Donderdag 20 mei 2021
Tijd 10.00 – 11.30 uur

Brede bijeenkomst Reconditionering
Datum Donderdag 8 juni 2021
Tijd 14.00 – 17.00 uur
Locatie Het Nut, Beesd

Academie: RI&E Glas & Gevel (VOL)
Datum Donderdag 15 juni 2021
Tijd 9.30 – 16.30 uur
Locatie KMO Solutions, Apeldoorn

Het actuele aanbod van bijeenkomsten en de academie van Schoonmakend Nederland vind je op: schoonmakendnederland.nl/bijeenkomsten

COLOFON.

1^e jaargang, nummer 2, maart 2021
SCHOON. is een uitgave van Schoonmakend Nederland, dé branchevereniging van de schoonmaaksector. Dit magazine komt 4/5 keer 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
Judith Wijdeven, Paul Wouters

Fotografie
Rogier Bos, Marleen Dalhuijsen, Jelmer de Haas, Jeroen Poortvliet, Ad Vereijken, Tim van Kleunen, Gerhard Witteveen

Ontwerp
Link Design, onderdeel van Blue Field Agency

Drukwerk
Drukkerij Van der Heijden,
’s-Hertogenbosch

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



Rick van der Gaag



Chantal Kerstens



Mark Samsom

Word nu aspirant-lid van Schoonmakend Nederland en maak gebruik van onze voordelen

Kijk voor meer informatie op schoonmakendnederland.nl of neem contact op met een van onze accountmanagers via 073-648 38 50.

schoonmakendnederland.nl/word-lid

Een speciale aanbieding voor jou. Slechts 150 euro voor het eerste jaar (aspirant) lidmaatschap in plaats van de gebruikelijke 250 euro. Wegens succes is dit aanbod verlengd tot 1 juni 2021. Voor dit bedrag kan je gebruik maken onze (gratis) ledenvoordelen, waaronder:

- Een groot netwerk van collega-ondernemers;
- Online en offline kennissessies, trainingen en netwerkbijeenkomsten;
- Ons ledenvoordeelpakket, met o.a. een brandstofpas en onze verzekeringsdienst;
- De mogelijkheid om mee te praten over de cao;
- En invloed in politiek Den Haag via onze lobby.

Ondersteuning

Daarnaast bieden wij op verschillende vlakken (juridische) ondersteuning, zoals bij contracten, algemene voorwaarden, aanbestedingen, fusies en overnames, cao-kwesties en corona gerelateerde onderwerpen.

