

SCHOON.

SOCIAAL ONDERNEMERSCHAP

ACTUEEL

Keurmerk Schoon

AAN TAFEL

Schoonmaak van Depot
Boijmans Van Beuningen

Ian Smeyers
Nelis Company

**'WE BIEDEN
MEERWAARDE
MET INNOVATIEVE
CONCEPTEN
EN KENNIS VAN
INCLUSIVITEIT'**



P06



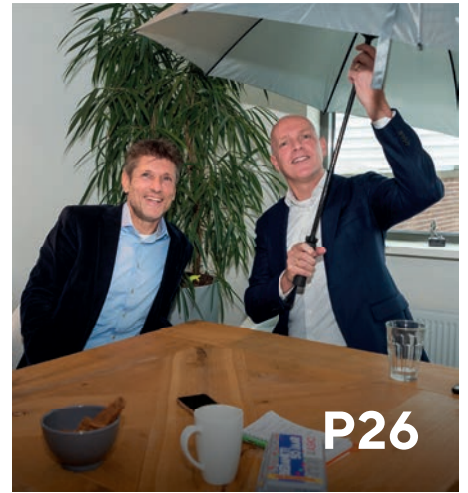
P18



P12



P16



P26

Artikelen

06 COVERSTORY.

Ian Smeyers: (h)erken onbenut talent

12 AAN TAFEL.

Romaro Schoonmaakgroep over schoonmaken van Depot Boijmans Van Beuningen

16 REPORTAGE.

Terugkijken op cao-onderhandelingen

18 ACTUEEL.

Keurmerk Schoon: meer maatwerk, beter passend bij sector en mkb

26 PORTRET.

Marcel Bellis en Harry Neuteboom over 50-jarig bestaan ASKO Schoonmaak- en Bedrijfsdiensten

Rubrieken

04 OP DE WERKVLOER.

Schoonmaakbedrijf Aalbers B.V.

11 COLUMN.

Arko van Brakel: iedereen de baas

21 IN DE STEIGERS.

DSG Schoonmaakbedrijf B.V.

22 NIEUWS.

Toolkit Keurmerk Schoon

25 HOTSPOT.

Duurzame(re) luchtvaart

30 OPVALLEND.

John de Haan

31 ACADEMIE EN AGENDA.

Overzicht van komende activiteiten



Werkende armen

Op het bord van het nieuwe kabinet liggen vele ingewikkelde maatschappelijke problemen. Simpele oplossingen zijn er niet. Deze tijd vraagt om open gedachtewisselingen, nieuwe ideeën en, waar nodig, afstand nemen van ingesleten gewoonten en bestaande regels. En we hebben geleerd dat je maatregelen goed moet kunnen uitleggen, wil je mensen meekrijgen.

Eén van de vraagstukken is het thema 'werkende armen'. 200.000 mensen in Nederland hebben een baan, waarvan ze niet kunnen rondkomen. Hun inkomen ligt onder de grens die we met elkaar aanvaardbaar vinden. Werknemers in onze sector vormen een deel van deze groep. Dat schept verplichtingen. Wij willen bijdragen aan een oplossing, maar kunnen het niet alleen. Kern van het probleem vormen contracten met een te beperkt aantal werkuren. Dat veranderen, is een gemeenschappelijke opgave.

Veel opdrachtgevers willen dat schoonmaak plaatsvindt aan de randen van de dag: voor of na werktijd. Meer mogelijkheden voor schoonmaak overdag zou enorm helpen bij het creëren van contracten met meer uren. Ik vind het vaak niet goed uit te leggen, waarom het niet zou kunnen. Bovendien worden schoonmakers op deze manier herkenbare collega's.

De overheid kan bijdragen met regels die een goede ontwikkeling stimuleren. Denk aan vermindering van risico's voor mkb-ondernemers bij langdurige ziekte van werknemers. Denk ook aan wijzigen van het systeem van belastingen en toeslagen. Je kunt mensen niet meekrijgen om meer te gaan werken, als dat niet voldoende loont of zelfs leidt tot financiële achteruitgang. Dan blijft de armoede bestaan.

In coronatijd hebben we geleerd, dat samenwerking om te komen tot gedragen maatregelen tot succes kan leiden. Laten we die les meenemen, als we samen het gesprek aangaan om dit maatschappelijk probleem op te lossen.

Piet Adema
voorzitter Schoonmakend Nederland



Inclusief ondernemen is ondernemen met impact. Werkgevers die inclusief ondernemen, bieden medewerkers met een afstand tot de arbeidsmarkt een kans in hun organisatie door een betaalde baan. Want meedoen, maakt zoveel gelukkiger.



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 én 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.

Op Lyceum Elst maken Mbenji en Abel deel uit van Aalbers' schoonmaakteam. En zij doen dat met zichtbaar werkplezier.

Sociaal ondernemerschap 3.0 Nelis Company

(H)erken onbenut talent

Hoe maak je de onzichtbaren zichtbaar in tijden van arbeidsmarktkrapte? Het antwoord, volgens sociaal ondernemer Ian Smeyers van Nelis Company, is simpel en doeltreffend: 'Je zoekt ze op in de wijk, zonder tussenkomst van gemeentes.' Want zo, beaamt hij, kun je hen met de juiste randvoorwaarden aan een baan helpen.

In gesprek met 'visionair' Smeyers bij Nelis Company in Den Haag, waar het motto luidt: 'Niet gamen, maar zemen.' Vanuit intrinsieke motivatie helpt hij jongeren met een onbenut arbeidspotentieel aan werk. Ze hebben problemen met detentie, verslaving, schulden of gezondheid. 'We moeten veel meer mensen betrekken', is zijn mening. De vraag is: hoe kunnen we het model zo inrichten dat een ex-gedetineerde vanwege zijn talent wél de kans krijgt om mee te doen? Een gesprek over ontdekken van talent in onbenut arbeidspotentieel.

Arbeidsmarkt

Onlangs verlengden ze het PSO-30+ certificaat. Dit certificaat sluit aan bij de aanbestedingswet. De wet maakt het mogelijk voor publieke opdrachtgevers om opdrachten voor te behouden aan >







organisaties, waarvan minimaal 30% van het personeel in dienst bestaat uit personen met een afstand tot de arbeidsmarkt. 'We zijn hier ongelooflijk trots op! De meeste schoonmaakbedrijven halen trede 1 of 2', vertelt Ian. Ontwikkelingen in de markt gaan steeds meer hand-in-hand met sociaal ondernemerschap, merkt hij. 'Aanbestedingen worden steeds meer uitgevraagd in combinatie met de sociale paragraaf, percelenregeling of worden voorbehouden aan sociale onder-

'ZOEK TALEN DAT JE KAN DOOR ONTWIKKELEN'

nemingen op basis van artikel 2.82 van de Aanbestedingswet.' Over hun manier van werving van arbeidskrachten in deze tijden van arbeidsmarktcrisps zegt hij: 'Wij halen ze niet meer bij de gemeente. Wij hebben vaderprojecten en jongerenwerkers in de wijken. Ook zijn er moeders die met hun zoon naar ons toekomen. Dat is veel effectiever dan werven via de gemeente. Dan vis je in een poel, waar iedereen in vist.' En dat is precies wat Nelis Company uniek maakt ten opzichte van andere organisaties. Ian: 'Met de stichting sluiten we plaatsingsovereenkomsten af met de grotere facilitaire bedrijven. We hebben samenwerkingen met Gom, Asito, CSU, ICS en Fortron om mensen aan te leveren. Ik heb nu mensen lopen in Den Haag, Utrecht en Amsterdam.' Er is een schreeuwend tekort aan mensen en daar speelt hij handig op in. 'Je ziet dat er hele gave dingen ontstaan, zoals een opleiding tot facilitair huismeester. We worden steeds vaker gevraagd om in onderaanneming voor grote bedrijven de glasbewassing uit te voeren. Zo kunnen onze kosten voor 100% worden opgevoerd voor de social return verplichting en stromen kandidaten door.'

Talent en ambitie

Door het tekort aan personeel komen schoonmaak- en glazenwassersbedrijven moeilijk aan geschikte mensen. Wat is hier het probleem? Ian stelt: 'Je moet als bedrijf je drempel verlagen; kijken naar talent en ambitie. Zoek iemand die je kan laten doorontwikkelen.' Dat vraagt een andere manier van werken. De persoon



'IK GELOOF IN VRIJE MARKTWERKING. ZO WERKT DE WERELD'

doorgronden en begrijpen. 'Je moet de mogelijkheid geven om te ontwikkelen en niet mensen laten zitten in de sw-omgeving.' Juist kleinschaligheid en aandacht zijn de oplossing, vindt Ian: 'Je weet dat je kandidaten nodig hebt. De branche is nu aan het paniekvoetballen. Betrokkenheid en motivatie zijn het belangrijkste. Dan heb je de medewerker die je zoekt. Hier samen in optrekken en verbinding zoeken, is essentieel. Dan kunnen we iets bereiken.'

Innovatief

'Als je iemand wilt inhuren, die de gebaande paden gaat bewandelen, moet je mij niet hebben', stelt Ian. 'We zijn allemaal op zoek naar innovatieve dienstverlening. Klanten verwachten veel meer. Wij bieden juist meerwaarde door innovatieve concepten en onze kennis van inclusiviteit.' En dat gaat ver, heel ver. 'We creëren de randvoorwaarden om iemand aan het werk te krijgen, zoals budgettraining en schuldhulp in samenwerking met Aegon.'

Aan bedrijven die aan de slag willen met inclusiviteit, adviseert hij: 'Durf je te committeren aan een doelgroep. Dan word je herkenbaar voor die doelgroep in de markt. Als je alleenstaande moeders wilt hebben, moet je zorgen voor kinderopvang. Ex-gedetineerden help ik met behulp van fondsen, bijvoorbeeld aan rijbewijzen en woonruimte. Hoe mooi is het als je een gevulde koelkast hebt en een veilige eigen plek om op tijd naar bed te kunnen? De baan regelen is helemaal niet het probleem. Wij willen juist de randvoorwaarden scheppen om iemand duurzaam inzetbaar te houden.'

Code

'De schoonmaak is een old boys network', vindt hij. 'Ik zie iedereen achter de code aanlopen, maar zolang de prikkel winst en omzet is, vraag ik me af of je echt iets verandert. Ik zie dat er mooie dingen gebeuren, maar ook nog steeds veel misstanden. Het is belangrijk bedrijven te helpen in hun sociale missie, want die is er echt. Een code is goed, omdat je met elkaar afsprekt om het beter te doen. Zo is er nu een Code Sociaal Ondernemen, waarin kritisch wordt gekeken naar écht sociaal ondernemen. Als je er echt achter staat, moet je ook met je billen bloot. Er is nog een wedstrijd te winnen.' En over het Keurmerk Schoon: 'Kijk eens naar de Code Sociaal Ondernemen. Maak afspraken over kennis en kunde op het gebied van inclusiviteit. Hoe groen en duurzaam ben je echt? Het zou mooi zijn als het Keurmerk Schoon wat doortastender zouden zijn. Wat hebben de bedrijven nodig? Waar lopen zij tegenaan? >



Als ze aanbestedingsnormen straks niet kunnen halen, wat is er dan nodig? Daarnaast moeten we als branche de kleinere bedrijven mee krijgen in onze missie. Zeker als we echt iets willen veranderen en dit niet alleen voor onszelf doen. De Code kan me bellen, hoor.'

Vooruit

Hoe ziet hij de toekomst? 'Er gaan zaken veranderen. De wereld polariseert. De verschillen tussen arm en rijk worden groter en steeds meer mensen voelen zich niet gezien en gehoord. Ons sociale stelsel moet echt op de schop. Anders gaan we weer arbeidsmigranten aantrekken, terwijl er juist mensen zijn, die nu niet in beeld zijn. Daar zouden we samen in moeten optrekken;

om ze mee te laten doen. Elkaar versterken en verbinding maken, zijn juist de zaken die ertoe doen, nu meer dan ooit met een polariserende wereld en nog grotere verschillen tussen arm en rijk', besluit Ian stellig. 'Kijk naar hoe we mensen kunnen betrekken om hen eigenwaarde en perspectief te bieden. De juiste stappen nemen om ze te bereiken. Zo komen we met onze geweldige branche écht verder.'

Meer lezen over dit onderwerp?

Scan de QR-code:



Iedereen de baas

Mensen die thuis grote besluiten nemen, kunnen dat ook op hun werk. Iedere ondernemer of manager weet diep in zijn hart dat mensen op de werkvloer vaak de allerbeste ideeën hebben. Toch is het voor organisaties lastig om alle kennis en talent optimaal te benutten. Processen en procedures belemmeren eerder dan dat ze helpen. Of er is sprake van machtsafstand, waardoor communicatie blokkeert en management en werkorganisatie niet op dezelfde golf-lengte zitten. Het risico is dat betrokken collega's met goede ideeën, zich niet gehoord voelen en daardoor boos, gefrustreerd of zelfs angstig worden.

Er zijn dus goede redenen om een aantrekkelijke, gezonde, maar vooral veilige werkomgeving te creëren in je bedrijf. Mensen die zich gehoord en gewaardeerd voelen, zijn immers meer betrokken en blijven langer vitaal. En wie zich veilig en gesteund voelt, is minder bang om fouten te maken, neemt meer verantwoordelijkheid en komt vaker met ideeën. De bonus van zo'n socialere invulling van werkgeverschap, is meer werkplezier met als onmiddellijk resultaat een lager ziekteverzuim.

Omdat onze organisaties te maken hebben met grote veranderingen, zoals krapte op de arbeidsmarkt, klimaatproblematiek en natuurlijk COVID-19, is het extra belangrijk om talent te binden. Uiteindelijk zijn innovatieve resultaten immers altijd mensenwerk. Ik ken geen leiders die dit allemaal niet willen. Maar de vraag is natuurlijk: hoe doe je dat?

Het begint bij een cultuur gebaseerd op vertrouwen; in theorie een gratis en onuitputtelijke bron. Vertrouwen gedijt alleen wanneer je mensen betreft bij de bedrijfsvoering. Zorg dus dat iedereen dezelfde informatie heeft en laat je verrassen door het vakmanschap in je bedrijf. Laat daarom ook eens een stoeltje vrij voor je medewerkers bij directie- of managementvergaderingen. Het zijn kleine stapjes in het bouwen van een supportsysteem, waarin iedereen zich veilig voelt en fouten leermomenten zijn. Letterlijk heel gezond, want iedereen die veiligheid, autonomie en eigenaarschap ervaart om ook op zijn werk grote besluiten te nemen, wordt minder vaak ziek en voelt zich (een klein beetje) de baas.

Arko van Brakel, ondernemer





Wist je dat het Depot..

- ..het eerste publiek toegankelijke kunstdepot is?
- ..er regenwater wordt gebruikt om de toiletten door te spoelen?
- ..geopend is door Koning Willem-Alexander?
- ..er nergens ter wereld een dergelijk gebouw staat, waar naast het openbaar maken van de museumcollectie, een blik achter de schermen van het museumwerk wordt gegeven?
- ..de luchtvochtigheid en temperatuur stabiel wordt gehouden om veiligheid van iedereen te waarborgen?

Romaro Schoonmaakgroep maakt Depot Boijmans Van Beuningen schoon

'Samenwerking zorgt voor kunstzinnige uitblinker'

Van Frans Hals tot Karel Appel. Tussen 151.000 kunstobjecten, ter waarde van acht miljard euro, de schoonmaak en glasbewassing uitvoeren, is zeker geen koud kunstje. Het eerste publiek toegankelijke kunstdepot is uniek in zijn soort. Niet voor niets vroeg Depot Boijmans Van Beuningen in Rotterdam specialistisch reinigingsbedrijf Romaro Schoonmaakgroep voor de schoonmaak én glasbewassing. 'Er is begrip en aandacht nodig voor de precaire omgeving, waarin wordt schoongemaakt', vertelt Tim van der Spoel, manager huisvesting bij het Depot. De samenwerking met commercieel & marketing manager Mark Mommers bij Romaro Schoonmaakgroep biedt de gevraagde expertise, zodat het Depot uitblinkt in unieke kunstzinnigheid.

Samenwerking

De samenwerking kwam tot stand toen Mark door Tim werd benaderd, omdat het Depot een specialist nodig had voor de schoonmaak en glasbewassing. Tim: 'Ik benaderde Romaro zonder dat ik wist dat ze corporate member zijn van het Museum Boijmans Van Beuningen. Dat schetst al dat ze uitblinken in hun expertise op schoonmaak- en glazenwassersgebied. Het laagdrempelige contact

helpt om snel zaken af te stemmen. Ik word volledig ontzorgd; dat helpt.' Het Depot is een uniek vormgegeven gebouw met mooie uitdagingen. 'Als zaken onmogelijk lijken, biedt het meerwaarde als een specialist met ervaring meedenkt. En dat doen we zoveel mogelijk', voegt Mark toe.

Glasbewassing

Mark: 'Momenteel is het pand van buiten één keer helemaal gewassen door middel van hoogwerkers. Het wassen van de gehele buitenkant neemt maar liefst twee weken in beslag. Aan de binnenkant van het >



KAMIL (GLAZENWASSER):

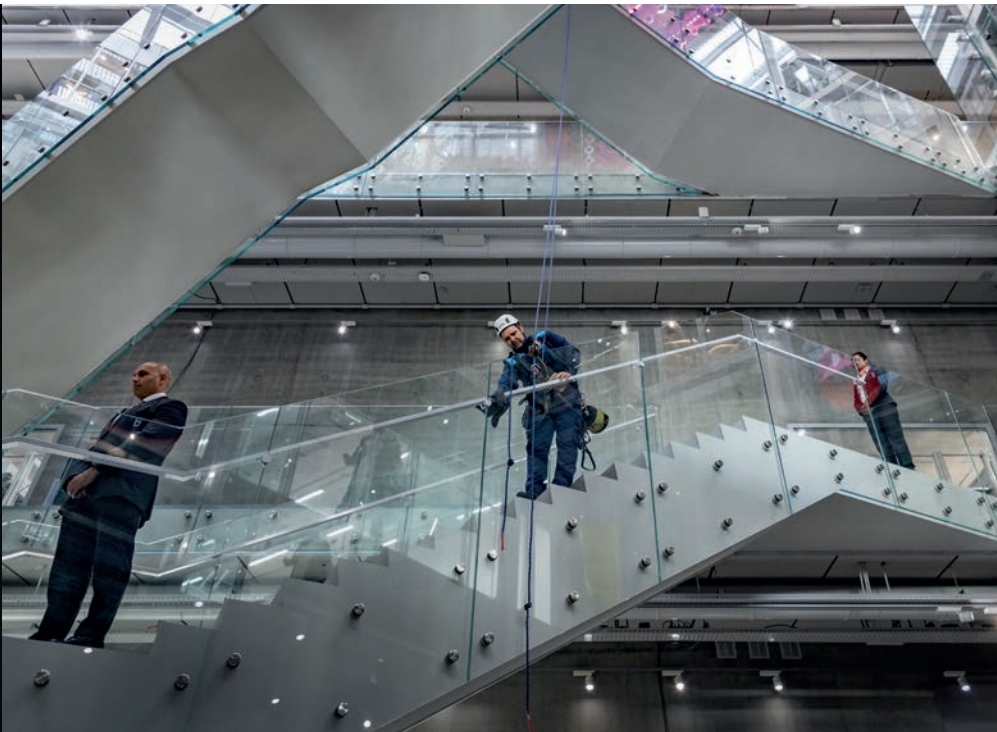
'HET IS ANDERS WERKEN DAN NORMAAL. IK HEB DE BUITENKANT GEWASSEN IN EEN HOOGWERKER EN DAT WAS HEEL SPANNEND.'



kunstige complex abseilen de glazenwassers om overal bij te kunnen.' Tim: 'In glasbewassing zitten veel uitdagingen. De kunst mag absoluut niet beschadigd worden. Samen bekijken we welke keuzes daarin het beste zijn.' Mark: 'In overleg met Tim gebruiken we een speciaal schuim om zo min mogelijk van de kunst te raken. Daar denken we in mee. De dienstverlening die ze niet in huis hebben, doen wij. We vullen elkaar zo goed mogelijk aan.'

Meerwaarde

Tim: 'En het gaat nog veel verder dan dit. Het is echt in elkaars huid kruipen, de dienstverlening gaat ver. Regelmatig overleg hoort daarbij. We hebben, naast de precaire omgeving met acht miljard euro aan kunst, te maken met een grote doorstroom aan mensen. Dan moet het schoon zijn. Dat betekent geen vingervlekken op het glas en schone toiletten.' Mark: 'Door korte lijnen en rechtstreeks contact met onze accountmanagers kan de planning snel worden aangepast, zoals bij een expositie.' De specialistische meerwaarde komt ook tot



uiting in stofwaarde meting om de ingeademde lucht zo zuiver mogelijk te houden. Tim: 'Tijdens én na de opleverschoonmaak was de concentratie van stof ongelooflijk laag. Daar was ik echt verbaasd en blij verrast over. Mooi om dit te kunnen meten. Zo bieden we de bezoeker een veilige omgeving.'

Representativiteit

Naast de expertise, die ze hebben, is de meerwaarde van de medewerkers van Romaro Schoonmaakgroep het representatieve karakter, vindt Tim: 'Zij zijn onderdeel van de ervaring van de bezoeker. Als ze zelfs iets kunnen vertellen over de kunst, is dat helemaal mooi.' Met een stofdoek kunst schoonmaken, is niet de bedoeling. Het is belangrijk dat hier begrip voor is. 'Je moet er gevoel voor hebben en rekening houden met waardevolle kunstobjecten.' Al eerder, in het Museum Boijmans Van Beuningen, werkten medewerkers van Romaro Schoonmaakgroep goed mee, vertelt Tim: 'We zijn tevreden over hoe zij daar werkten. En nu zijn we dat zeker ook.' Mark besluit: 'Zo kun je laten zien waar je kracht ligt. We zijn trots op deze klus. Zo versterken we het Depot als kunstzinnige uitblinker!'

[Meer lezen over dit onderwerp?](#)
Scan de QR-code:



RITA (SCHOONMAAKSTER):

'IK WERK NU VIJF JAAR IN DE SCHOONMAAK EN PROBEER ALTIJD MIJN BEST TE DOEN, IK WERK VIER TOT ACHT UUR PER DAG. DIT IS ANDERS DAN OP KANTOOR, DIE AFWISSELING EN HET CONTACT MET DE BEZOEKERS IS FIJN.'

Cao schoonmaak- en glazenwassersbranche definitief

Verder bouwen aan aantrekkelijke sector voor jong en oud

Op 20 december 2021 stemt maar liefst 97% van de leden van Schoonmakend Nederland in met het principeakkoord voor een nieuwe cao voor de schoonmaak- en glazenwassersbranche. Een week later volgen de leden van CNV Vakmensen. En op 10 januari 2022 zegt 95,3% van de leden van FNV Schoonmaak volmondig ja op het principeakkoord. Hiermee is de nieuwe cao definitief. Rob Westerlaken, eerste onderhandelaar namens Schoonmakend Nederland: 'Een prachtige uitkomst. Met deze cao bouwen we verder aan een aantrekkelijke sector, waarin het goed ondernemen, werken en ontwikkelen is.'

Eerste onderhandelingsdag

Na een intensief voorbereidingstraject met (mkb-)leden van Schoonmakend Nederland, starten de onderhandelingen voor een nieuwe cao begin oktober vorig jaar in Utrecht. Voorafgaand aan de eerste presentatie van elkaars voorstellen wijst het 'schoonmaakparlement' van FNV Schoonmakend Nederland op het belang van naleving van de gemaakte cao-afspraken. Volgens Renate Bos, eerste onderhandelaar namens de vakbond, heeft de branche een prachtige cao. Maar papier is geduldig. Het is belangrijk dat iedereen zich houdt aan de gemaakte afspraken. De werkgevers op hun beurt vragen om constructieve onderhandelingen, waarin 'hard op de inhoud, zacht op de relatie' leidend is.

Gezamenlijke aanpak belangrijkste knelpunten

Die oproep is niet aan dovemansoren gericht, want van meet af aan zijn de onderhandelingen te karakteriseren als constructief. Een mooi voorbeeld hiervan is het door Schoonmakend Nederland gepresenteerde voorstel dat inzet op drie thema's: duurzame inzetbaarheid en ontwikkeling van medewerkers, gezond, veilig en vitaal werken en goede beloning. De voorstellen moeten bijdragen aan de aanpak van de drie belangrijkste knelpunten: vergrijzing, ziekteverzuim en arbeidsmarktkrapte. De bonden herkennen zich in de gesignaleerde knelpunten en de eisen vanuit de bonden sluiten goed op de voorgestelde thema's aan. Als snel wordt overeengekomen dat de drie thema's leidend zijn in de volgende onderhandelingsronden. De eerste onderhandeldagen staan vooral in het teken van verkenning en verdieping van elkaars voorstellen. Op sommige onderwerpen worden ook al de eerste overeenkomsten bereikt. Zo komen partijen overeen om de Arbeidsomstandigheden-cao te integreren in de Arbeidsvoorwaarden-cao. Met de integratie is er voortaan sprake van nog maar één cao, wat een stuk praktischer is.

Integraal voorstel

Maar, zoals bij alle cao's, gaat het echte onderhandelen van start bij het loonbod. Dat gebeurt op dag vijf. Om hun looneisen extra kracht bij te zetten, start deze onderhandelingsdag met een actie van FNV Schoonmaak. Hierna doet Schoonmakend Nederland de bonden een integraal voorstel: de kwalitatieve voorstellen staan in verhouding tot de kwantitatieve. Fedde Monsma, manager cao bij Schoonmakend Nederland: 'Een overzichtelijk voorstel om onderbouwde (financiële) keuzes op te maken.' Want dat er keuzes gemaakt moeten worden, staat vast. Het gat tussen het financiële voorstel van werkgevers en de eisen van de bonden blijkt groot. Fedde: 'Met een fikse verhoging van de eindejaarsuitkering, terugkeer van de hoteltoeslagen en automatische prijscompensatie, overvroegen de bonden ons echt. Vragen staat natuurlijk vrij, maar de bonden moeten zich realiseren dat onze budgettaire ruimte niet tot in de hemel reikt. Zeker niet in deze onzekere coronatijd, waarin ondernemers, vooral in de horeca, zich weer geconfronteerd zien met enorme omzetverliezen.' Dat gat blijft groot in de twee volgende onderhandelingsronden, waarin de partijen op de financiële voorstellen amper dichterbij elkaar komen. Die beweging komt er wel halverwege de laatste officiële onderhandelingsdag op 10 december 2021 in Amersfoort. Fedde: 'De dag begon met een onbestemd gevoel. Het kon nog alle kanten uit. Maar na de lunch kwam er schot in de zaak en bereikten de partners overeenstemming over de laatste hete hangijzers. Rond 20.00 uur is er dan eindelijk witte rook. Een nieuwe cao voor de schoonmaak- en glazenwassersbranche is een feit!'

Spannend

Rob: 'Deze nieuwe cao is tot stand gekomen in een constructief, soms spannend overleg met respect voor elkaars standpunten en één gemeenschappelijk doel: een aantrekkelijke branche voor jong en oud. De gemaakte afspraken zijn, in de context van de toenemende arbeidsmarktcrapte, inflatie en verhoging van het minimumloon, goed voor onze werkgevers, onze schoonmakers en voor onze samenleving.' Khadija Tahiri, president van het schoonmaakparlement van FNV Schoonmaak, beaamt dit. 'Vooral op het gebied van loon, een betere eindejaarsuitkering en afspraken over gezond het pensioen halen, hebben we echt goede stappen gezet. Iedere schoonmaker, jong of oud, gaat er door deze cao op vooruit.'

Onderscheidend

Ook Piet Adema, voorzitter Schoonmakend Nederland, is tevreden: 'Zonder wrijving geen glans. Dit cao-traject had alles in zich wat nodig is om tot dit mooie resultaat te komen: een cao die recht doet aan onze bevolgen werkgevers en onmisbare medewerkers in onze prachtige branche. Met deze nieuwe cao kunnen we verder bouwen aan een vooruitstrevende en toekomstgerichte schoonmaaksector.'

Lees de belangrijkste afspraken over de nieuwe cao. Scan de QR-code:



Actie op onderhandelingsdag 5



Proost, op de nieuwe cao

Keurmerk Schoon: meer maatwerk, beter passend bij sector en mkb

Schoonmaakbedrijven, die aantoonbaar goed en eerlijk zaken willen doen, voeren binnenkort het Keurmerk Schoon. Dat komt in de plaats van het OSB-Keurmerk. Het gaat om veel meer dan een naamswijziging. Het nieuwe keurmerk sluit beter aan op de schoonmaaksector. Minder grote bedrijven kunnen er beter mee uit de voeten en meer maatwerk is mogelijk. Wat blijft, is de verplichting van het keurmerk voor leden van Schoonmakend Nederland. We spreken over de achtergrond van de transitie met directeur Rob Rommelse en Nico Koch, adviseur Kwaliteit, Arbeid en Milieu.

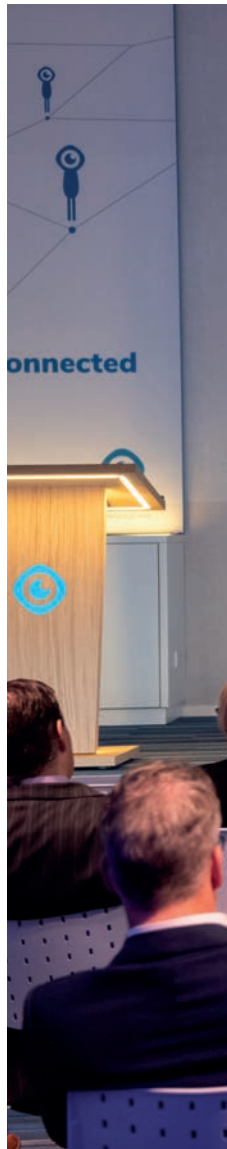
De basisopzet van een gedegen keurmerk blijft, aldus Rob. 'Schoonmaakbedrijven laten hun bedrijfsvoering periodiek toetsen of alles gaat volgens de regels van de wet en de afspraken in de cao. Het keurmerk toont dat een bedrijf op een goede en eerlijke manier zakendoet. Dat wil je als opdrachtgever én het geeft zekerheid in het kader van ketenaansprakelijkheid. Je weet ook dat arbeidsvoorwaarden en -omstandigheden voor werknemers in orde zijn. Al die punten vinden de leden van Schoonmakend Nederland belangrijk. Daarom is het ook een lidmaatschapsvereiste. Onze sector is maatschappelijk van grote waarde. Het keurmerk

zorgt voor een gelijk speelveld, waarbinnen bedrijven op een eerlijke manier met elkaar concurreren.'

Praktische uitwerking

De aanpassing is ook een antwoord op kritische geluiden vanuit de leden. Niet over het uitgangspunt, wel over de praktische uitwerking. Binnen de vereniging was daar al langere tijd discussie over. Voor met name de minder grote bedrijven was de verplichte halfjaarlijkse audit zeer arbeidsintensief en een forse kostenpost. Vaak leverde de controle echter geen verbeterpunten op.

Nico legt uit hoe het keurmerk destijds tot stand is gekomen. 'Er is aansluiting gezocht bij het keurmerk van de SNA, de NEN 4400-1. Dat richt zich vooral op de uitzendbranche. De periode van een half jaar is gekozen vanuit risicobeheersing. In de uitzendbranche zijn er



KEUR MERK SCHO ON

Naam en beeldmerk

'Keurmerk Schoon' geeft, anders dan bij het oude OSB-Keurmerk, direct aan waar het over gaat. De naam ligt gemakkelijk in het gehoor, kan snel vertrouwd raken en straalt kwaliteit en degelijkheid uit. Het keurmerk heeft een onderscheidend beeldmerk, dat aansluit bij dat van Schoonmakend Nederland. Leden hebben, zowel op naam als uitingsvormen, zeer enthousiast gereageerd.



veel contracten en snelle wisselingen van personeel. De schoonmaakwereld is echter wezenlijk anders met juist veel vaste contracten. Met veel vaste opdrachtgevers verandert er niet veel in een half jaar. Een jaarlijkse toets voldoet. Dat scheelt enorm in tijd en kosten.' Voor grote bedrijven, met meer medewerkers, opdrachtgevers en wisselende contracten, blijft de halfjaarlijkse audit in de basis bestaan. Onder bepaalde omstandigheden kan het ook een jaar worden.

Maatwerk

Behalve de lagere kosten past het Keurmerk Schoon beter bij de sector. Er zijn meer mogelijkheden voor flexibiliteit en maatwerk. Dat is mogelijk doordat het SNA-keurmerk voor bedrijven tot een omzet van tien miljoen euro niet langer verplicht is. De vereisten en inspectie om aan de NEN 4400-norm te voldoen, worden anders ingevuld. Nico geeft een duidelijk voorbeeld van een beter op de praktijkgerichte

invulling. 'Het SNA-keurmerk vereist dat onder alle opdrachten een uitgewerkt contract ligt, conform de modellen van de Belastingdienst. Je gaat pas aan het werk als alle papieren in orde zijn. Dat kost soms wat tijd. Bij bedrijven in de reconditionering werkt dat niet. Je kunt bewoners van wie het huis door brand of wateroverlast is beschadigd, daar niet op laten wachten. Ons nieuwe keurmerk geeft ruimte voor een andere beoordeling voor specifieke gevallen. De risicobeheersing sluit beter aan op de praktijk. Niet alleen in de algemene schoonmaak, maar ook bij de specialismen. Daarmee is een belangrijk punt van wreveld weggenomen.' >

Onderbouwing

Om ervoor te zorgen dat de waarde van het keurmerk niet vermindert, gaat een College van Deskundigen de voorgestelde afwijkingen van de regel beoordelen. Het College is onafhankelijk en velt in alle objectiviteit een oordeel. Is er een goede verklaring en onderbouwing, waarom de standaardregels niet werken, dan is een uitzondering mogelijk. Is er daarentegen geen goede grond, dan zijn blijft de norm overeind. Leden moeten zich dan daaraan blijven conformeren. Gebeurt dat niet, dan is de uiteindelijke sanctie dat het keurmerk wordt ingetrokken. Want de grotere flexibiliteit en de mogelijkheden voor maatwerk mogen niet leiden tot onzorgvuldig handelen. Volgens Rob combineert het Keurmerk Schoon een strenge beoordeling met een invulling die past bij het dagelijks werk van de leden. Daarmee is tegemoetgekomen aan de kritiek op het oude OSB-Keurmerk. Naast dit alles is er de mogelijkheid geschapen om in de toekomst criteria aan te passen of toe te voegen. Denk daarbij aan het thema duurzaamheid, waaraan bedrijven dan moeten voldoen om in aanmerking te komen voor het keurmerk.

Economische factor

De grote waarde van een stevig inhoudelijk keurmerk heeft nooit ter discussie gestaan. Rob: 'De koppeling, die destijds is aangebracht tussen keurmerk en lidmaatschap van de vereniging, was een goede. Het keurmerk heeft de sector geprofessionaliseerd. Dat heeft de positie van de bedrijfstak versterkt, ook bij de belangenbehartiging. Dat is goed voor de ondernemers, maar ook voor de werknemers. Het is belangrijk dat de afspraken worden nageleefd die in de cao zijn vastgelegd. En dat opdrachtgevers, overheid en politiek weten dat leden van Schoonmakend Nederland dat doen. Tegelijkertijd is het keurmerk voor bedrijven een economische factor. Het loont als je door periodieke controle het risico op een boete minimaliseert. Een opmerking in een audit is een aansporing tot aanpassing.'

Mocht iets onverhoopt niet helemaal in orde zijn, dan is correctie mogelijk. Dat is prettiger dan wanneer het onopgemerkt blijft, totdat

de Nederlandse Arbeidsinspectie of de Belastingdienst je ermee confronteert. Van met name ondernemers van kleinere bedrijven horen Rob en Nico geregeld dat het keurmerk hun nachtrust verbetert. 'Zij willen het gewoon goed op orde hebben en zijn blij met de bevestiging dat het ook zo is.'

Eigen belang

Ook anderen onderkennen de waarde van het keurmerk. Het is niet toevallig dat overtredingen, die de Nederlandse Arbeidsinspectie signaleert, vrijwel uitsluitend niet-leden van Schoonmakend Nederland betreft. Rob is daar klip en klaar over: 'Een bedrijf dat systematisch regels aan de laars lapt of niet bereid is zich te laten toetsen, willen we niet in de vereniging. Daarom hameren wij erop dat opdrachtgevers kijken of een schoonmaakbedrijf lid is en het Keurmerk Schoon heeft. Dat is trouwens ook in hun eigen belang. Ketenaansprakelijkheid gaat steeds zwaarder tellen. Ons keurmerk heeft écht inhoud. Je kunt niet één van de eisen naast je neerleggen en er alsnog voor in aanmerking komen. Het is ook voor een klein bedrijf niet zo moeilijk een mooie website te laten maken. Mooie plaatjes en woorden zijn snel neergezet. Maar het wil écht wat zeggen als je op die website ook het logo van het Keurmerk Schoon mag laten zien.' ■

Grens van tien miljoen

Het nieuwe keurmerk is beter toegesneden op de praktijk van minder grote bedrijven. Daarbij geldt als grens een jaaromzet van tien miljoen. In de praktijk betekent dit dat het gaat om bedrijven tot circa 300 medewerkers. Rob: 'We hebben goed gekeken naar de markt en naar onze leden. Je kunt op veel plekken de grens trekken. Heel pragmatisch bleek de tien miljoen een goed werkbaar grenslijn, ook na consultatie van betrokken leden. Ons bestuur en de ledenvergadering konden zich hierin vinden.'

Drie pijlers

Het Keurmerk Schoon is gebaseerd op drie pijlers:

1. De NEN 4400-norm voor betrouwbaar zakendoen;
2. De Code Verantwoordelijk Marktgedrag;
3. Schoonmaak-specifieke eisen.

Een lid van Schoonmakend Nederland moet aan alle drie voldoen. Bij het OSB-Keurmerk werd de NEN-norm ingevuld door verplichting van het SNA-keurmerk. Dat is niet langer aan de orde.

*De driekoppige directie van DSG Schoonmaakbedrijf:
Robin Koolen, Kim Dingemans en Rick Dingemans.*



Jong, ambities en typisch Tilburgs: DSG Schoon- maakbedrijf

Het verdubbelen van de omzet in vijf jaar tijd: met die ambitie namen Rick en Kim Dingemans (broer en zus) en Robin Koolen op 1 januari 2020 het specialistisch schoonmaakbedrijf DSG over. Het bedrijf was daarvoor 27 jaar in handen van de ouders van Kim en Rick geweest. Het drietal is inmiddels hard op weg om die doelstelling waar te maken. En dát in een tijd van personeelstekort en een pandemie. 'We nemen het laagdrempelige en persoonlijke over van onze ouders en voegen er een flinke portie ambitie aan toe.'

Wat voor schoonmaakbedrijf is DSG?

Kim: 'Een fullservice specialistisch schoonmaakbedrijf. We verzorgen verschillende specialistische reinigingen, zoals glasbewassing, gevelreiniging, vloeronderhoud en interieurverzorging. Door typisch Tilburgs te ondernemen, willen wij de specialistische reiniging en schoonmaak op de zakelijke markt naar een hoger niveau tillen. Zo hebben we korte lijntjes met onze klanten, zijn we direct en gaan we er voor de volle 100 procent voor, net als ons personeel overigens.'

Hoe ging de overdracht?

Kim: 'Heel geleidelijk. Robin en ik werkten al jarenlang bij DSG. Toen mijn ouders aangeven een stapje terug te willen doen, en Rick gelijktijdig vertelde in te willen stappen, hebben we besloten om met z'n drieën het

bedrijf over te nemen. We krijgen alle ruimte om te ondernemen. Pas als wij vragen om advies, kijken 'ons pap en mam' over onze schouders mee.'

Welke invloed heeft de coronacrisis op jullie business?

Robin: 'Zowel een negatieve als positieve. Zo zijn er klanten, met name in de horeca, die het écht heel moeilijk hebben. Tegen hen hebben we gezegd: we bevriezen het contract. Aan de andere kant zijn er klanten die juist meer vragen. Een mooi voorbeeld is het Elisabeth-TweeSteden Ziekenhuis. Voor hen staan we 24/7 klaar. We ontlasten ze op alle gebieden, van specialistische reiniging tot schoonmaak.'

En hoe zit het met personeel?

Rick: 'Dat is en blijft een uitdaging.

Schoonmaakwerk heeft de laatste jaren al een beter imago gekregen, maar is nog steeds een ondergewaardeerd beroep. Door ons vak continu te promoten, proberen wij (jonge) mensen te motiveren.'

Kim: 'Zo geven Robin en ik jaarlijks presentaties op praktijkscholen om het vak onder de aandacht te brengen.'

Hoe zien jullie de toekomst?

Robin: 'Heel positief. Bij de overname hebben we de ambitie uitgesproken om in vijf jaar tijd de omzet te verdubbelen. We verwachten al snel in de buurt te komen!'

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



DSG Schoonmaakbedrijf

Opgericht: 3 januari 1993

Overgenomen: 2020

Vestigingsplaats: Tilburg

Aantal medewerkers: 50



Toolkit Keurmerk Schoon

Keurmerk Schoon is de nieuwe naam van ons keurmerk. Dankzij het unieke ontwerp hebben we een keurmerk in handen dat onuitwisbaar is. De toolbox van het Keurmerk Schoon is beschikbaar. Met behulp van de logo's laat je zien dat je voldoet aan ons Keurmerk.

Vervang zo snel mogelijk het oude OSB-Keurmerk beeld op website, briefpapier, auto's etc. Je downloadt het nieuwe Keurmerk Schoon logo vanaf de website.

schoonmakendnederland.nl/toolkit-keurmerk-schoon

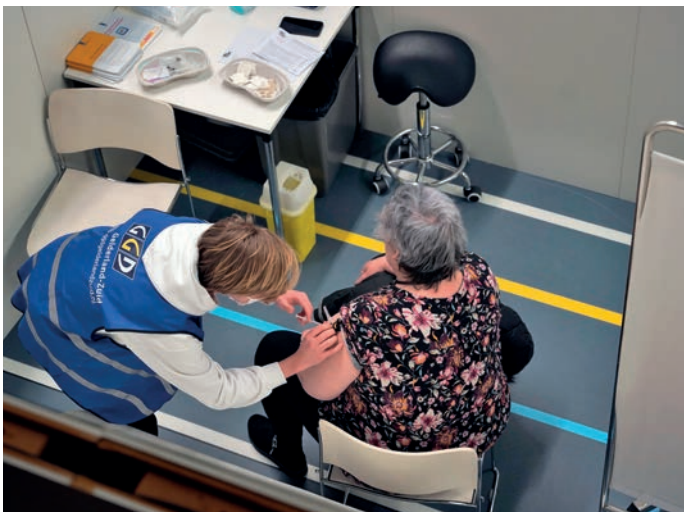
Meer lezen over dit onderwerp?
Scan de QR-code:





Maak ongewenst gedrag bespreekbaar

Goede samenwerking en een prettige sfeer in al je teams. Dat is wat je graag wilt. Maar hoe weet je of het goed gaat? Hoe kun je dat onderzoeken? Hoe maak je 'ongewenst gedrag' bespreekbaar? Hoe creëer je een veilige omgeving als het niet goed gaat? Op schoonmakendnederland.nl vind je een overzicht van vragen en tools.



Informatie over vaccineren

Wil je jouw medewerkers helpen met de beantwoording van vragen over vaccineren tegen corona? Er is veel informatie beschikbaar. Schoonmakend Nederland heeft op de website een overzicht staan.. In dit overzicht is informatie te vinden in onder meer Nederlands, Engels, Turks en Arabisch.

schoonmakendnederland.nl/dossier-coronavirus/vaccineren

Inschrijven voor de nieuwsbrief van Schoonmakend Nederland? Zo doe je dat.

Wekelijks versturen we een nieuwsbrief met daarin het laatste nieuws onze sector. Wil je op de hoogte blijven van de ontwikkelingen over de arbeidsmarkt, werkgeverschap of duurzaamheid in de branche? Schrijf je dan in voor de nieuwsbrief. Maak op de website een persoonlijk profiel aan en geef daarin aan welke nieuwsbrief je wilt ontvangen.

schoonmakendnederland.nl



Bedrijfsjubileum in 2022? 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

Aanbod in Academie 2022 vernieuwd

Schoonmakend Nederland heeft een uitgebreid aanbod kennissessies en trainingen over verschillende onderwerpen rondom ondernemerschap, werkgeverschap en duurzaamheid. Iedereen kan deelnemen. Werk je voor een Schoonmakend Nederland lidbedrijf? Voor korte trainingen betaal je maximaal € 50,- voor deelname en soms helemaal niets. Niet-leden betalen een hoger bedrag (bedrag verschilt per training). Kijk voor het actuele aanbod op schoonmakendnederland.nl/bijeenkomsten

Voor in de agenda:

Interclean 2022 in Amsterdam

Van 10 tot 13 mei aanstaande verandert RAI Amsterdam in de hoofdstad van schoonmaak en hygiëne. De organisatie belooft een vierdaagse reis van vooruitdenken, zakendoen met meer dan 900 toonaangevende fabrikanten en 35.000+ professionals uit de industrie uit meer dan 143 landen.

intercleanshow.com/nl/amsterdam

Jaarcongres op donderdag 12 mei

Het Schoonmakend Nederland congres vindt plaats op donderdag 12 mei. Ondernemerschap en innovatie staat dan centraal. Op het programma staan verschillende sprekers van buiten en binnen de branche. Bijvoorbeeld Michiel Muller van o.a. Picnic en Tango.

schoonmakendnederland.nl/bijeenkomsten

De Dag van de Schoonmaker op 15 juni

Op woensdag 15 juni vieren we De Dag van de Schoonmaker. Een dag waarop we al onze schoonmakers in het zonnetje zetten. Medewerkers die dag in, dag uit zorgen voor een schone, hygiënische omgeving. Om in te werken, leren, herstellen, verblijven. Onze schoonmakers zijn onmisbaar voor een gezonde, goed functionerende maatschappij. Dat heeft de coronapandemie eens en te meer bewezen. Ze maken écht het verschil.

Volg Schoonmakend Nederland

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





DUURZAME(RE) LUCHTVAART

Duurzaam kun je het niet noemen. En goedkoop al helemaal niet. Wist jij dat het tapijt in het gangpad van een vliegtuig elke 6 tot 12 weken vervangen wordt? Dat moet anders, dachten ze bij Progenta. Daarom kwam het schoonmaakbedrijf met een oplossing: een reinigingsprogramma voor vliegtuigtapijt. Een interview met eigenaar Marijn van Dijkhuizen over deze innovatie.

Wie de Spot Academy van Progenta binnenloopt, weet meteen: hier schrikken ze niet van een vlek meer of minder. Sterker nog, in deze showroom wordt dagelijks gewerkt aan de ontwikkeling van nieuwe, duurzame vloeronderhoudsconcepten, gericht op de verlenging van de gebruiksduur. Van een elektrisch geleidende vloer in de OK van een ziekenhuis tot een tapijt aan boord van een cruiseschip en een tweehonderd jaar oude marmeren vloer in het Catshuis.

Alleen stofzuigen

In de luchtvaart waren er tot voor kort geen efficiënte manieren om vliegtuigtapijt te reinigen. 'Er werd alleen gestofzuigd. Daar komt bij dat bestaande apparatuur en middelen niet voldoen aan de strenge wet- en regelgeving. Zo tasten veel schoonmaakmiddelen het brandvertragende tapijt aan óf zorgen ze voor corrosie', legt Van Dijkhuizen uit.

Sport om vlekken te verwijderen

Bij Progenta in Elst hebben ze nu een oplossing gevonden. 'We bieden vliegtuigmaatschappijen over de hele wereld een handzame reinigingsmachine die de vloer schoon borstelt. Na deze geruisloze behandeling is het tapijt direct weer beloopbaar. We maken daarvoor gebruik van een, door onszelf ontwikkeld, schoonmaakmiddel op basis van kristallen. Schoonmakers worden vervolgens getraind in het gebruik hiervan.'

Als nieuw

Vliegtuigmaatschappijen zijn enthousiast. Sterker nog, ze staan in de rij. Van Dijkhuizen herinnert zich nog dat hij de eerste klant moest overtuigen. 'Toen we een schoongemaakte rol tapijt lieten zien, dacht de cabin interior manager dat het een nieuw exemplaar betrof. Hij kon niet geloven dat het ons lukte om dat vieze tapijt er weer als nieuw uit te laten zien. Hij rekende ons voor hoeveel deze oplossing zijn maatschappij financieel oplevert. Voorheen moest het tapijt in het gangpad elke 6 tot 12 weken vervangen worden. Een vierkante meter tapijt, inclusief snijden en plaatsen, kost al snel 75 euro. Als het dan over honderden toestellen gaat, weet je dat het om miljoenen euro's op jaarbasis gaat.'

Duurzame(re) luchtvaart

Naast het financiële aspect zijn er nog meer voordelen. 'We dragen met deze innovatie bij aan een duurzame(re) luchtvaart. Er gaat simpelweg minder tapijt verloren. Ook helpen we bij het terugdringen van de CO₂-uitstoot en het verminderen van watergebruik. En last but not least: het tapijt ziet er schoon en hygiënisch uit. Iets dat in deze tijd erg op prijs wordt gesteld.'

Ready for take-off

Hoewel het voor veel luchtvaartmaatschappijen het afgelopen jaar moeilijk was door de pandemie, is er veel vraag naar de diensten van Progenta. Zo veel dat Van Dijkhuizen er dochteronderneming SHOU Solution voor heeft opgericht. 'We gaan voor the ultimate cabin cleaning solution', vertelt hij met enig gevoel voor marketing. Een goede take-off dus, voor deze innovatie. 'Voor ons het bewijs dat je met vernieuwingsdrift échte, duurzame oplossingen kunt bieden.' ■



‘We willen zo persoonlijk mogelijk blijven’

50-jarig bestaan ASKO Schoonmaak- en Bedrijfsdiensten

Elkaars blinde vlek zien en zo het menselijke zichtbaar maken. ‘Juist daarom zijn we zo’n hecht team, dat elkaar perfect aanvult’, leggen Marcel Bellis en Harry Neuteboom van ASKO Schoonmaak- en Bedrijfsdiensten uit. Hun denk- en werkwijze verschilt niet zoveel van de denkwijze van Ger Husmann, die het bedrijf 50 jaar geleden oprichtte. Marcel en Harry namen 17 jaar geleden het stokje van hem over. Een persoonlijk gesprek vanuit hun kantoor in Amsterdam. >

'JE MOET HET SAMEN DOEN'

Ontstaan

'Ik heb een schoonmaakpassie en ben een dienstverlener', begint Marcel zijn verhaal. Niet voor niets is ASKO al 44 jaar lid van Schoonmakend Nederland. 'Ik denk dat we één van de oudste leden zijn', vult Harry aan. Marcel leert de oud-eigenaar Ger Husmann al als klein jongetje kennen. Ger is namelijk zijn voetbalcoach. Ook is hij samen met zijn vader glazenwasser. Omdat hij het niet eens is met zijn vaders werkwijze, richt Ger zelf een schoonmaakbedrijf op. Marcel: 'Hij begint in de Amstelveenseweg, Saxen Weimarlaan, Koninginneweg en Oranje Nassaulaan. Vandaar de afkorting ASKO.'

Denkwijze

In 2005 start Marcel bij ASKO. Zes jaar later komt Harry Neuteboom erbij. Nadat ze het stokje overnamen, verandert er niet zo gek veel in de denkwijze. 'Ger was heel betrokken, altijd gefocust om een goede dienstverlening te leveren. Dat zijn wij ook, in hetzelfde segment van de markt. We hebben nog veel klanten uit zijn tijd', vertelt Marcel trots. Naast langlopende contracten worden er nieuwe afgesloten.

'Wij zien ook graag nieuwe klanten, die slechts één of twee keer per week schoonmaak willen. Dat zijn juist de klanten die blijven door het goede persoonlijke contact. Je hebt namelijk rechtstreeks met de eigenaar te maken', vult Harry aan. Juist dat persoonlijke contact is essentieel in hun dienstverlening anno 2022. 'Dat is een mooi erfgoed om mee te nemen. Gevoelsmatig klopt het en het geeft voldoening', aldus Harry.

Verbeteren

Op hun nieuwe kantoor in het hartje van Amsterdam passeren anekdotes over 50 jaar schoonmaak de revue. Zo willen ze een werkomgeving creëren, waar de combinatie van plezier en uitdaging tot uiting komt. 'We zijn wie we zijn en dat laten we zien. We



zijn echt', zegt Harry. 'We maken het menselijke zichtbaar en tonen onze kwetsbaarheid. Je moet ook in de spiegel kijken naar wat beter kan', vertelt hij. 'Zo kijken we nu hoe we sneller documenten kunnen delen voor nog efficiëntere communicatie.' Duurzaamheid staat hoog in het vaandel. 'We gebruiken ledverlichting en hebben 52 zonnepanelen op het dak. Hopelijk lukt het om ISO 9014 te behalen,' voegt Harry toe, 'de kers op de taart in duurzaam ondernemerschap.'

Coronatijd

'De begintijd van corona was enorm hectisch', vertelt Harry. Marcel vult aan: 'Het bleef maar doorgaan met mails en telefoontjes met allerlei vragen over de situatie. Van contracten stoppen tot extra schoonmaak. Maar er moest worden schoongemaakt; juist nu belangrijker dan ooit. En we wisten: dit wordt niet makkelijk, maar we gaan het redden.' Harry: 'We hebben gelukkig goede afspraken gemaakt met onze klanten. Door bijvoorbeeld periodieke schoonmaak in te zetten in plaats van dagelijkse. Administratief een hele kluit, maar goed opgelost. Daar zijn we heel veel klanten nog steeds heel dankbaar voor.' Na de zomer gaat het gelukkig weer wat beter. 'We bewegen mee met de klant en dat heeft effect: dat onthouden ze.' Door niet te snel te willen groeien, houden ze de aandacht voor hun mensen.' Harry: 'Daarom gaan we bewust niet mee met de oorlog in dumprijzen. Kwaliteit leveren en oprechte aandacht voor de klant is essentieel. We kennen al onze klanten.' Marcel vult aan: 'Tevreden klanten, daar krijgen wij energie van. Dat is ondernemerschap op zijn allerbest.'

Feest

Het 50-jarig jubileum wordt feestelijk gevierd met een personeelsfeest. Ook ontvangen alle klanten een extraatje: een chocolareep met een feestelijke ASKO-wikkel. Harry: 'Onze mensen staan altijd op één. We zetten namelijk samen alles op alles om de klant te ontzorgen. Zo hebben we geluk met onze gemotiveerde medewerkers. Je moet het samen doen met de focus op werkplezier. Mensen laten groeien, vinden ze het allerleukst. 'We willen een team dat ons werk oppakt, zoals wij ook ooit begonnen zijn. Het persoonlijke blijven leveren, want dat zit in ons DNA', besluiten beide vastbesloten.

Meer lezen over dit onderwerp?

Scan de QR-code:



'AANDACHT IS BELANGRIJK: MEEBEWEGEN MET DE KLANT OM TE ONTZORGEN'

Tijdslijn

- 1971 ● Oprichting ASKO Schoonmaak en Bedrijfsdiensten
- 1981 ● Opening nieuw kantoor in Zwaag (Hoorn)
- 2005 ● Marcel Bellis neemt het stokje over van Ger Husmann
- 2011 ● Harry Neuteboom komt als mede-eigenaar ASKO versterken
- 2015 ● Plan Nederland is 40 jaar klant
- 2016 ● Opening nieuw duurzaam kantoor in Amsterdam
- 2021 ● 50-jarig bestaan

Hoe ben je in de schoonmaaksector- glasbewassing terecht gekomen?



- John de Haan (62)
- Algemeen directeur De Haan Facilitaire Dienstengroep B.V.
- In 2022 45 jaar werkzaam in de branche

Hoe ben je in de schoonmaaksector terecht gekomen?

Ik kwam van de middelbare school en was een aantal malen getuige van de glasbewassing van onze school. Dat werk intrigeerde mij. In die tijd sportte ik veel en had geen zin om weer plaats te nemen in de schoolbanken. Ik zocht fysiek pittig werk, waar je ook nog eens een goede boterham mee kon verdienen. De keuze was snel gemaakt en op 17-jarige leeftijd was mijn eigen glazenwas-/schoonmaakonderneming een feit.

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

Ik ken weinig branches die zo veelzijdig zijn als de schoonmaakbranche. Als je spreekt over ondernemen, dan kun je in onze branche letterlijk alles uit de kast halen. Daarbij is het zo breed mogelijk ontzorgen van je opdrachtgevers de interessantste

uitdaging. Naast het schoonhouden van een project, zijn er legio mogelijkheden om je opdrachtgevers te ondersteunen met hun facilitaire vraagstukken.

Wat zijn jouw ambities voor de toekomst?

Hoewel ik inmiddels in de spreekwoordelijke herfst zit van mijn werkbaar leven, put ik nog heel veel plezier uit het ondernemerschap. Sterke groeiambities heb ik niet meer, maar wel focus op verdere ontwikkeling van de onderneming en onze werknemers. Er zit nog zoveel potentie in de individuele medewerker. Door '1 op 1' gesprekken te voeren, krijg je inzicht in hun competenties en schep je de gelegenheid om de medewerkers te laten groeien.

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

Er zitten nog veel mensen met een uitkering thuis op de bank en er is een enorme groep stathouders, die geen arbeid mogen verrichten. Gelet op de krapte op de arbeidsmarkt, zou de overheid maatregelen moeten nemen om deze groep(en) mensen aan het

werk te krijgen. Onze branche, en ook onze eigen organisatie, heeft al veel mensen met een beperking of achterstand tot de arbeidsmarkt geholpen aan een vaste dienstbetrekking. De situatie in veel opvangcentra is ongezond, mensen zitten daar doelloos niets te doen en dat zorgt voor spanning. Laat die groep (tijdelijk) op de arbeidsmarkt toe, dat zal in ieder geval een deel van de arbeidskrapte oplossen.

Vraag van Marcel van Leeuwen (zie vorige uitgave van Schoon.):

Welke uitdagingen zie jij in de branche?
Personeelsgebrek. ■

Aan wie uit onze sector wil jij het stokje van deze interviewreeks doorgeven en wat is jouw vraag?

Ik wil het stokje graag doorgeven aan Aan Jim van Heijningen, DSO Cleaning Services B.V.

De vraag is: Hoe zie jij de toekomst voor de inclusieve facilitaire dienstverlening?

Bijeenkomsten, academie en evenementen

Schoonmakend Nederland organiseert in de academie verschillende kennissessies en trainingen over onderwerpen rondom werkgeverschap, ondernemerschap en duurzaamheid. Ook worden (leden)bijeenkomsten georganiseerd over relevante thema's. Is jouw onderneming lid van Schoonmakend Nederland? Dan betaal je maximaal € 50,- (excl. btw). Niet-leden betalen een hoger bedrag. Ledenbijeenkomsten zijn alleen toegankelijk voor leden. Deelname is kosteloos.

Training: Pensioen: rol van de werkgever

Datum Dinsdag 8 maart 2022

Tijd 10.00 – 14.00 uur

Locatie Regio 's-Hertogenbosch

Online kennissessie: De participatiewet toegelicht

Datum Dinsdag 15 maart 2022

Tijd 10.00 – 11.15 uur

Online kennissessie: Diverse gesprekken rondom verzuim, hoe voer je een goed gesprek?

Datum Donderdag 17 maart 2022

Tijd 09.30 – 11.00 uur

Ledenbijeenkomst Glas & Gevel (Awog)

Datum Maandag 21 maart 2022

Tijd 16.00 – 19.30 uur

Locatie VRIJ, Culemborg

Online kennissessie: Cybersecurity: wat kun jij doen?

Datum Dinsdag 22 maart 2022

Tijd 10.00 – 11.00 uur

Online kennissessie: Wat te doen bij langdurig ziekteverzuim (wvp)?

Datum Donderdag 24 maart 2022

Tijd 10.00 – 11.00 uur

Voorjaarsbijeenkomst Midden

Datum Donderdag 31 maart 2022

Tijd 10.00 – 13.00

Voorjaarsbijeenkomst Zuid

Datum Dinsdag 5 april 2022

Tijd 16.00 – 19.00

Voorjaarsbijeenkomst Noord

Datum Donderdag 7 april 2022

Tijd 16.00 – 19.00

Online kennissessie: Ontslagroute UWV – meer inzicht in procedure en werkwijze

Datum Donderdag 7 april 2022

Tijd 10.00 – 12.15 uur

Online kennissessie: (On)gewenst gedrag op de werkvloer

Datum Donderdag 21 april 2022

Tijd 09.30 – 11.00 uur

Online kennissessie: Preventief verzuim- beleid; voorkomen is beter dan genezen

Datum Dinsdag 24 mei 2022

Tijd 09.30 – 11.00 uur

Training: RI&E Glas & Gevel

Datum Woensdag 22 juni 2022

Tijd 09.30 – 16.00 uur

Locatie KMO, Apeldoorn

Online kennissessie: Culturele diversiteit op de werkvloer

Datum Donderdag 23 juni 2022

Tijd 09.30 – 11.00 uur

COLOFON.

2° jaargang, nummer 6, februari 2022

SCHOON. is een uitgave van Schoonmakend Nederland, dé branchevereniging van de schoonmaaksector. Dit magazine komt vier 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
Rogier Esselbrugge, CommuniCoachNL

Teksten

Paul Wouters, Koen Chatrou

Fotografie

Ad Vereijken, Jeroen Poortvliet,
Flip Franssen, Gerhard Witteveen,
Manola van Leeuwe, Marleen Dalhuijsen,
Peter Hilz, Ron Spaaij

Ontwerp

Link Design, onderdeel van
Blue Field Agency

Drukwerk

Drukkerij Van der Heijden,
's-Hertogenbosch

© 2022, niets uit deze uitgave mag worden gekopieerd of anderszinds vermenigvuldigd, zonder uitdrukkelijke toestemming van de uitgever

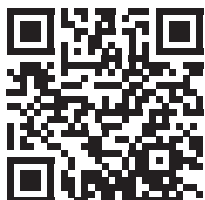
KEUR MERK SCHO ON

Lid worden van Schoonmakend Nederland. Daarom!

Heb je een (specialistisch) schoonmaak- of glazenwassers-bedrijf? Maak kennis met het grote en uitgebreide netwerk van dé brancheorganisatie voor de schoonmaak in Nederland. Het lidmaatschap van Schoonmakend Nederland biedt veel verschillende voordelen. Wil je weten hoe je het maximale uit het lidmaatschap haalt? Vraag een informatiepakket aan of maak een vrijblijvende afspraak met onze accountmanagers.

Dit beloven we:

- Je hebt invloed: op bijvoorbeeld de cao en onze politieke lobby in Den Haag;
- Kostenbesparing op verschillende producten en diensten. Stel je persoonlijke pakket samen. Bijvoorbeeld verzekeringen, telefonie, brandstof, hr-scan, voorbeeld arbeidscontracten en meer;
- Je krijgt advies over onder meer toepassing van cao, duurzaamheidsdoelstellingen en ondernemersvragen;
- Blijf op de hoogte van de laatste ontwikkelingen in de branche;
- Vergroot je netwerk met collega-ondernemers van groot tot mkb en specialist;
- Met het Keurmerk Schoon op zak toon je bij opdrachtgevers aan dat je o.a. financiële en personeelszaken op orde hebt;
- Lift mee op de goede reputatie en de naamsbekendheid van Schoonmakend Nederland.



Alles over lid worden op

schoonmakendnederland.nl/ledenvoordeel

Meer informatie?

Maak vrijblijvend een afspraak met onze accountmanagers:
Mark Samsom, Chantal Kerstens, Rick van der Gaag of
Arjan ten Elzen: 073-648 3850 of
info@schoonmakendnederland.nl