

INITIATIEF

**MVO Nederland
wint terrein**

**CNV vraagt sociale
duurzaamheid**

**Deverco verbluft
met Bios**

2 | 09



HECTAS
BEDRIJFSDIENSTEN

VERRASSEND VERFRISSEND.

Introductie:

Harm Verbeek

Hectas Bedrijfsdiensten

De dienstverlening van Hectas is onderverdeeld in drie divisies met in totaal vijf typen activiteiten:

HECTASolutions - advies en beheer

- advies bij eigen beheer
- advies bestaande klanten
- advies nieuwe klanten

HECTASystematics professioneel schoonmaakonderhoud

Gebouwonderhoud

- schoonmaakonderhoud
- stadsreiniging
- vloerreiniging
- gevelreiniging
- glasbewassing
- specialistische reiniging

Gebouwservice

- huismeester
- interne verhuizingen
- linnendienst
- spoel-keukendiensten
- sanitaire voorzieningen (Deverco)
- automaten-service (Deverco)
- kantoorartikelen (Deverco)
- hydrocultuur (Deverco)

Additional services

- multiservices

HECTASpecials persoonlijk welbevinden

- dagservice
- co-productie
- textielservice
- wellness

Hectas Initiatief

Initiatief is een uitgave van Hectas Bedrijfsdiensten en verschijnt vier maal per jaar in een oplage van 16.000 exemplaren.

Redactionele verzorging en vormgeving: Roodadvies, Rheden.
Druk: Roos & Roos, Arnhem
Copyright © 2009 Hectas Bedrijfsdiensten.

4



Harm Verbeek

Sinds 1 mei de nieuwe algemeen directeur van Hectas

6

Verantwoord ondernemen wint terrein

In gesprek met Willem Lageweg, directeur van MVO Nederland

8



CNV gaat partijen aanspreken

Willem Kruithof over het belang van sociale duurzaamheid

10

Airborne: een bier om nooit te vergeten

Een smaakvol Fries brouwsel ter herdenking van de Slag om Arnhem

11



Bios verbluft; exclusief bij Deverco

Deverco start binnenkort met de exclusieve verkoop van Bios®, een opvallend innovatief schoonmaakproduct dat uitstekende resultaten koppelt aan gebruiksgemak, kostenbesparing en een hoge mate van milieuvriendelijkheid. 'We koesteren hoge verwachtingen.'



Entree

Natuurlijk ben ik al enige tijd bekend met het reilen en zeilen van Hectas. Sinds 2004 ben ik aan het bedrijf verbonden geweest als adviseur op het gebied van marketing en organisatievraagstukken. Ik heb dus een beetje warm kunnen lopen voor de positie van algemeen directeur die ik sinds het voorjaar bekleed. Mijn voorganger Ruud Heeringa heeft mijn entree nog eens extra gemakkelijk gemaakt met alle ondersteuning die hij kon geven en een flink aantal goede adviezen. Hetzelfde geldt voor andere directe collega's: ook zij hebben er voor gezorgd dat ik me snel thuis ben gaan voelen. Het tekent de sfeer bij Hectas: open en hartelijk. Het heeft mij extra trots gemaakt dat ik leiding mag geven aan zo'n prachtige organisatie. Gaat er met de komst van een nieuwe algemeen directeur veel veranderen bij Hectas? Nee. Mijn allereerste zorg is al het goede van Hectas te behouden. En dat is veel! Natuurlijk zullen er ook nieuwe accenten worden gezet en zal het bedrijf zich blijven ontwikkelen. Maar aan de aard van Hectas wordt niet getornd. Het verleden heeft bewezen dat deze de beste basis vormt voor een goede toekomst.

Harm Verbeek, algemeen directeur

NOS EN DJI KIEZEN HECTAS

Hectas gaat het schoonmaakonderhoud verzorgen voor de NOS en de Dienst Justitiële Inrichtingen (ofwel de Nederlandse gevangenis). De opdracht van de NOS betreft de studio's op het Mediapark in Hilversum, kantoorruimtes en diverse andere ruimtes. Bij de DJI gaat het om in totaal 230 inrichtingen verspreid over het land.

VIEZE MOBIELTJES

Mobiele telefoons in ziekenhuizen kunnen een rol spelen bij het verspreiden van ongewenste bacteriën. Dat is gebleken uit onderzoek van de Ondokuz Mayıs Universiteit in het Turkse Samsun. Daarbij werden 200 gsm's van artsen en verpleegkundigen onderzocht, zo schrijft het Nederlands Dagblad. Op bijna alle onderzochte apparaten (95,5%) werd ten minste één ziekteverwekker aangetroffen; in een aantal gevallen ging het om een gevaarlijke bacterie. In een ziekenhuis kunnen met zulke bacteriën besmette mobieltjes grote problemen veroorzaken, zo waarschuwen de onderzoekers. Want zij ontdekten ook dat de artsen en verpleegkundigen weliswaar meestal keurig volgens de regels hun handen wassen, maar dat ze het met de hygiëne van hun mobiele telefoons veel minder nauw namen. Slechts een op de tien ziekenhuismedewerkers verklaarde zijn of haar gsm regelmatig schoon te maken.

HECTAS ANTWERPEN VERHUID

Vanaf 1 juni 2009 is de vestiging van Hectas in Antwerpen gevestigd aan de Kernenergiestraat 75 in 2610 Wilrijk (Antwerpen). De nieuwe locatie bevindt zich op een kwartier rijden van de 'oude' vestiging en is gesitueerd achter Ikea aan de Boomssteenweg.

EFFECTORY

Net als in 2008 heeft Hectas deelgenomen aan Effectory, een landelijk onderzoek naar goed werkgeverschap waaraan 263 bedrijven hebben meegedaan. Driehonderd Hectas-medewerkers beantwoordden vragen over bedrijfscultuur, werkzaamheden, leidinggevend, arbeidsomstandigheden en ontwikkelingskansen. Hectas blijkt tot de beste 149 werkgevers van Nederland te behoren. Eind juni worden de complete resultaten bekend.



WELKOM

Hectas verwelkomt de volgende nieuwe klanten:
 Gemeente Amsterdam, stadsdeel Slotervaart
 Gemeente Amsterdam, stadsdeel Bos en Lommer
 Gemeente Amsterdam, dienst Werk en Inkomen*
 NOS en NPO, Hilversum/Den Haag
 Gemeente Eindhoven
 Tabor College, Hoorn*
 Burg Fabriek van Wegtransportmiddelen, Pijnacker
 Parcivalschool, Arnhem
 Veldhoven International BV, Zoeterwoude
 Velco Brandbeveiliging BV, Oldenzaal
 De Gelderse Roos, Wolfheze
 *) uitgebreid en/of heraanbesteed

GROEN TEGEN STRESS

Planten op de werkplek hebben een gunstig effect op medewerkers die last hebben van stress of vermoeidheid, zo meldt facility-info.com. Het is één van de uitkomsten van een onderzoek dat TNO en de branchevereniging VHG uitvoerden bij drie zorgverzekeraars in opdracht van het Productschap Tuinbouw. Het positieve effect van planten op de arbeidsproductiviteit zoals dat vaak in de literatuur is gerapporteerd - en door TNO in 2008 in een laboratoriumonderzoek is bevestigd - blijkt in de praktijk te klein voor het doen van aanbevelingen voor de beplanting van werkruimtes. Wel blijkt dat bepaalde groepen werknemers baat hebben bij planten in hun werkomgeving. Het gaat dan om mensen met stress- en vermoeidheidsverschijnselen en gezondheidsklachten.

NIEUWE BROCHURE DEVERCO

Omdat de dienstverlening van Deverco de laatste jaren flink is gegroeid, doet het bedrijf binnenkort een nieuwe brochure het licht zien. Daarin presenteert de leverancier van schoonmaakmiddelen en -materialen zich als een veelzijdige facilitaire partner. Naast haar kernproduct is Deverco onder meer actief op het gebied van sanitaire en dameshygiëne, bedrijfskleding, beplanting en schoonloopmatten.

EXTERNE AUDITS

TNO heeft medio april bij Hectas de jaarlijkse externe audits uitgevoerd, zowel op het gebied van kwaliteit als milieu. In beide gevallen waren de resultaten positief.



Harm Verbeek

Hectas is een

MENSEN BEDRIJF

Sinds 1 mei is hij algemeen directeur van Hectas Bedrijfsdiensten C.V.: Harm Verbeek. Oorspronkelijk afkomstig uit de wereld van marketing en communicatie, heeft hij zich in toenemende mate toegelegd op management- en organisatievraagstukken. 'Ik heb ontelbare modellen bestudeerd, maar uiteindelijk gaat het altijd om de mensen.'

U gaat leiding geven aan een toonaangevend schoonmaakbedrijf. Toch zal de naam Verbeek niet iedereen even bekend zijn binnen de sector.

'Laat ik mezelf kort introduceren: ik ben 54 jaar, geboren en getogen Rotterdammer en getrouwd met Hanneke. Samen hebben we twee studerende kinderen: Maaike van 26 en Joost van 22 jaar. Ik heb een hekel aan oneerlijkheid en witlof. Ik ben gek op golfen (handicap 21,5), beslissingen nemen en nieuw beleid maken. Ik woon nu vijf jaar in het oosten van het land en ben sinds 2004 aan Hectas verbonden geweest als adviseur. Daarvoor werkte ik voor bedrijven als Moulinex, Sony, McCann-Erickson in marketing- en andere strategische functies. Daarnaast heb ik negen jaar leiding gegeven aan een reclamebureau.'

Waarover adviseerde u Hectas?

'Belangrijke onderwerpen waren het ontwikkelen van een merkstrategie en het introduceren van klantenmanagement. Inmiddels zijn we zover dat onze klantgerichtheid zichtbaar is geworden voor opdrachtgevers. Dat zijn processen die de top van de organisatie in gang zet; het is uitermate bevredigend als je de effecten ervan uiteindelijk op de werkvloer terugziet. Want daar komt beleid pas echt tot leven.'

Is uw benoeming een logische stap in uw carrière of kwam zij als een verrassing?

'Nee, in mijn professionele ontwikkeling vind ik het een logische stap. Ik heb in mijn leven heel intensief

met heel veel mensen gewerkt. Dat levert allerlei contacten op en dat vind ik leuk: omgaan met veel verschillende mensen en problematieken. Dat was ook het geval in de positie van zelfstandig adviseur die ik de laatste jaren bekleedde. Alleen: je presenteert iets, je bent enthousiast, maar dan moet je het loslaten en gaat de organisatie waarvoor je werkt met het idee aan de gang. Van dat collectieve engagement maak je geen deel meer uit en dat heb ik altijd jammer gevonden. Ik hou ervan om samen met anderen naar iets te streven.'

Leiding geven aan ruim 3.000 mensen is iets anders dan zelfstandig adviseur zijn. Ervaart u die nieuwe verantwoordelijkheid als een last?

'Integendeel! Van mij wordt verwacht dat ik ervoor zorg dat al die mensen het goed hebben. Dat moet beleidsmatig aangestuurd worden en liefst zodanig dat er sprake is van groei waar iedereen beter van wordt: de medewerkers, het bedrijf en de klanten. Ik denk dat dat me goed ligt en zie het dan ook als een aantrekkelijke uitdaging. Het vergt organisatiekunde, het vermogen om processen te sturen en een oprechte belangstelling voor de mensen die aan die processen deelnemen. Dat laatste is misschien wel het allerbelangrijkste. Zoals ik al zei: ik hou van mensen en Hectas is een echt mensenbedrijf. Wat ook helpt is natuurlijk dat Hectas een stevig fundament heeft en gelukkig een gezond bedrijf is.'

Hoe zou u het Hectas van nu typeren?

'Het meest kenmerkend vind ik de ambitie die je

overall in het bedrijf terugvindt om van Hectas niet zozeer de grootste maar wel de beste te maken. Dat streven levert trouwens wel eens wrijving op met de systematiek van Europees aanbesteden. Die bevordert enorm het prijsdenken. Dat brengt met zich mee dat werknemers uiteindelijk de klos zijn: de man op de vloer moet steeds meer doen in minder tijd. Daarom laten we wel eens inschrijvingen aan ons voorbij gaan omdat we onze kwaliteitsfilosofie niet in gevaar willen brengen. We willen geen roofofbouw plegen op onze mensen. Je zegt tegen Sven Kramer toch ook niet: schaats de tien kilometer maar in anderhalve minuut minder, anders is het voorbij met je sponsorcontract? Groei die ten koste gaat van kwaliteit of zelfs van je mensen, is groei die je niet moet willen.'

Gaat Hectas meer dan voorheen een pas op de plaats maken?

'Zeker niet. Hectas is in het verleden sterk gegroeid en het is mijn ambitie om die groei voort te zetten. Alleen: vanuit welk uitgangspunt doe je dat? Ik vind dat je aan kwaliteit niet mag tornen. Bovendien moet je zo'n proces in goede banen leiden. Eén van de dingen die we bijvoorbeeld gaan doen is de verantwoordelijkheden zo laag mogelijk in de organisatie leggen. Dat stimuleert de betrokkenheid, het kwaliteitsdenken én de arbeidsvreugde. Verder willen we ons managementmodel wat aanpassen, zodanig dat er meer uniformiteit ontstaat in het denken en doen van leidinggevenden op alle niveaus. Dat soort dingen moeten ertoe leiden dat er concrete verbeteringen zichtbaar worden in de dagelijkse werkpraktijk. Als je zo streeft naar een steeds betere kwaliteit, dan zal de markt dat oppikken en zal groei het gevolg zijn. Let wel: groei als resultaat van beleid en niet als doel op zich. Onze ambities zijn primair gericht op goed presteren, rust op de werkvloer en gemotiveerde medewerkers die vakkundig en met plezier hun werk doen.'

Hoe belangrijk is opleiding daarbij?

'Hectas heeft altijd veel aandacht besteed aan opleiding van haar medewerkers en dat zal zeker niet minder worden. De komende tijd gaan we ons bijvoorbeeld richten op het opleidingsniveau van het objectmanagement en de managementvaardigheid van de regiopleiding. Bovendien willen we een manager aanstellen die zich specifiek met human resource development gaat bezighouden. We hebben uitstekende personeelsfunctionarissen, maar in de praktijk moeten die zich nog teveel met dagelijkse dingen bezighouden. Een ander punt van aandacht wordt het nieuwe ict-systeem dat we in gaan voeren en dat we beschouwen als een voorwaarde om onze ambities op het gebied van operational excellence waar te maken. Bij de implementatie daarvan

komt natuurlijk ook scholing om de hoek kijken. Onze medewerkers krijgen dus volop kans zich te ontwikkelen. Dat komt zowel de stabiliteit als de vitaliteit van de organisatie ten goede.'

U wilt het goede van Hectas behouden maar ook nieuwe accenten zetten. Wat mag er per se niet verloren gaan?

'De sfeer binnen het bedrijf. De manier waarop we hier met elkaar omgaan. We maken deel uit van een mondiaal opererende organisatie, maar bij Hectas Nederland staat nog steeds de mens centraal. Hectas is wel gegroeid, maar in die zin nooit veranderd.'

Wat gaan klanten merken van de directiewisseling?

'Op termijn zullen onze klanten de vruchten plukken van de slagen die we maken op het gebied van klantgerichtheid en operational excellence. De schoonmaaksector is traditioneel nogal sterk gericht op werkprocessen en omzet binnenhalen. Mijn streven zal zijn om binnen Hectas de oriëntatie op kwaliteit, op de relatie met de klant en op de workability van de medewerkers te vergroten. Verder gaan we extra inzetten op direct sales, met name gericht op marktsegmenten waar de aanbestedingsregels niet van toepassing zijn. Daar kan je nog een relatie opbouwen met de klant.'

Ziet u de komende jaren nieuwe ontwikkelingen in de schoonmaakbranche?

'Ik verwacht dat de vraag naar maincontracting verder toe zal nemen. Hectas heeft daar al op geanticipeerd door het initiatief te nemen voor de netwerkorganisatie FM at Work Multiservices. In dat concept werken we nauw samen met SAB Catering, MPL Beveiliging, Icovia (afvalbeheer) en FM at Work. De eerste resultaten zijn veelbelovend. Iets soortgelijks zie je trouwens bij onze handelsdivisie Deverco gebeuren. Naast het kernproduct schoonmaakmiddelen en -materialen is Deverco inmiddels ook actief op het gebied van sanitaire en dameshygiëne, bedrijfskleding, beplanting, schoonloopmatten, etc. Men is bezig met de ontwikkeling van een geavanceerde webwinkel als onderdeel van het nieuwe ict-systeem dat ik al noemde. Daarmee kan Deverco de service verder verbeteren en de veelzijdigheid van het bedrijf onder de aandacht brengen. Kortom: ook bij Deverco zit men niet stil. De mensen daar hebben een goed gevoel van wat er in de markt gebeurt en spelen daar prima op in.'

Tot slot: welke eigenschappen komen u van pas in uw nieuwe positie en in welk opzicht zult u zich in acht moeten nemen?

'Soms is het beter om niet te snel te reageren en eerst even wat langer na te denken. Wat hopelijk in m'n voordeel werkt is dat ik integer en transparant denk te zijn. En direct. Ik blijf een Rotterdammer.' ■

MVO Nederland is een kennis- en netwerkorganisatie die bedrijven stimuleert om maatschappelijk verantwoord te ondernemen. De organisatie ging vijf jaar geleden van start en staat sinds drie jaar onder leiding van Willem Lageweg. Hoe staat het inmiddels met het maatschappelijk verantwoord ondernemen in ons land? Worden er concrete resultaten geboekt? En wat levert een meer duurzaam beleid een organisatie eigenlijk op? Lageweg (57) schetst een verrassend beeld.

Duurzaamheid, maatschappelijk verantwoord ondernemen: het zijn begrippen die bij PR-managers nogal populair zijn. Gebeurt er ook iets, of blijft het in de praktijk bij vrijblijvende kretologie?

'En of er wat gebeurt. Ik durf te stellen dat mvo definitief over het dode punt heen is in Nederland. Ga maar na: toen we vijf jaar geleden begonnen zei éénderde van het midden- en kleinbedrijf met mvo bezig te zijn. Nu is dat ruim tweederde, meer dan een verdubbeling dus. Dat zegt toch wel iets. Ook bij grote bedrijven is de belangstelling voor mvo zichtbaar toegenomen. Ook al duurt het daar wat langer voordat het tot in alle hoeken en gaten van het bedrijf is doorgedrongen. Het bedrijfsleven begint onderhand door te krijgen dat als je een broertje dood hebt aan mvo, dat je dan als onderneming vroeg of laat de tol betaalt.'

Tot de crisis begon. Men is immers op de kleintjes gaan letten, in termen van geld, tijd en energie?

'Integendeel. De crisis is voor ons wind in de rug. En waarom? Omdat men in de gaten heeft dat mvo loont. Duurzaamheid gaat vaak gepaard met besparingen, denk bijvoorbeeld aan energieverbruik. Bedrijven die actief met mvo bezig zijn, doen nieuwe contacten op, voldoen aan eisen die opdrachtgevers steeds vaker stellen, versterken hun imago en vinden gemakkelijker personeel. Die ontwikkeling gaat de komende jaren alleen maar doorzetten. Mvo kan je daarom ook zien als een afkorting van modern en vernieuwend ondernemen.'

Als we praten over maatschappelijk verantwoord ondernemen, waar hebben we het dan eigenlijk over?

'Het is een breed begrip. Het behelst de drie P's van people, planet en profit. People staat voor sociaal-maatschappelijk, ofwel de zorg voor mensen. Binnen je bedrijf, in de directe omgeving maar ook ver weg. Onder welke arbeidsomstandigheden worden de producten die je inkoop gemaakt? Komt daar bijvoorbeeld kinderarbeid bij kijken? Planet staat voor duurzaamheid, zeg maar de zorg voor het milieu. Verbruik je niet teveel energie? Kan het niet wat minder met de verpakking van je product? Worden de grondstoffen die je inkoop milieuvriendelijk geproduceerd? En profit staat natuurlijk voor geld, de zorg voor de continuïteit van de onderneming. In de praktijk blijken de drie P's uitstekend te combineren. Maatschappelijk verantwoord beleid gaat in toenemende mate hand in hand met goede economische resultaten.'

Hoe is die belangstelling voor mvo op gang gekomen?

'Het is zo'n tien jaar geleden begonnen met een advies van de Sociaal Economische Raad aan het kabinet om een mvo-kenniscentrum op te richten. Dat is MVO Nederland geworden. Niet alleen een instituut dat informatie verzamelt en verspreidt, maar ook de dialoog bevordert tussen overheid, bedrijven, branche-organisaties, sociale partners en maatschappelijke instellingen. Inmiddels is het mvo-denken veel dieper in de poriën van onze

BEDRIJVEN ONDERVIN



Willem Lageweg, directeur MVO Nederland



samenleving doorgedrongen. Onze organisatie telt op dit moment duizend partners: mkb, grote bedrijven (waaronder Hectas), mvo-adviesbureaus, branche-organisaties en non-gouvernementele instellingen als Consumentenbond, Oxfam Novib, etc. De overheid natuurlijk, maar ook de Kamers van Koophandel houden zich met het onderwerp bezig. Het is onderwerp van gesprek op zakelijke bijeenkomsten, je leest erover in jaarverslagen en zo kan ik nog wel even doorgaan. We hadden het er net over dat mvo allerlei soorten van winst oplevert. Wist je dat een groot onderzoek van de ING heeft aangetoond dat bedrijven die werk maken van mvo 30% meer rendement eigen vermogen scoren?

Wat gaat er nog niet zo goed?

'Op het gebied van ketenverantwoordelijkheid is nog veel te winnen. Dan praat je dus over het inkoopproces: zicht en controle op de achtergrond van materialen die je inkoop. Denk aan illegaal gekapt hout, steengroeves waar sprake is van kinderarbeid, koffieplantages waar de lokale boeren worden uitgebuit, het gebruik van bestrijdingsmiddelen. Dichterbij huis speelt het onderwerp sociale diversiteit. Ik denk dat we nog meer zouden kunnen investeren in allochtone of laaggeletterde werknemers bijvoorbeeld. Of in de stijl van leidinggeven, die vaak nog heel hiërarchisch is en daardoor geen recht doet aan de potentie en talenten van de werknemer. Verder vind ik dat met name de bancaire wereld zichzelf wel wat af te vragen heeft. Met het kortzichtige idee van geld is

macht en een gebrek aan maatschappelijk verantwoordelijkheidsgevoel heeft men zich vervreemd van de klant.'

Stel, een onderneming is geïnteresseerd geraakt in mvo. Wat moet die nou concreet gaan doen?

'Als men zich bewust is geworden van belang en mogelijkheden van maatschappelijk verantwoord ondernemen, dan is er al veel gewonnen. Vervolgens is het een kwestie van praten, nadenken en contacten leggen. Praten met medewerkers, relaties, klanten, de branche-organisatie - noem maar op. Zoek met anderen actief naar mogelijkheden om combinaties van zakelijke en maatschappelijke winst te realiseren. Hoe, dat verschilt per bedrijf. Het onderwerp energie komt daarbij vaak als eerste in beeld. Prima, maar er is veel meer mogelijk. Als je alle bedrijfsaspecten onder de loep legt, dan komen de ideeën vanzelf. Je kan natuurlijk ook hulp zoeken bij gespecialiseerde adviesbureaus, bij de overheid of bij onze organisatie. Bedenk alleen dat mvo geen trucje is, zie het liever als een stijl van ondernemen. Een stijl bovendien die op de lange termijn de meeste kans van slagen heeft. Al was het maar vanwege de heffingen die er aan zitten te komen voor bedrijven die het nog niet zo goed doen.'

U heeft plezier in uw werk.

'Ik kan zo genieten van de vele successen die in de praktijk al worden geboekt. Heb je nog een uur?' ■

www.mvonederland.nl
www.startenmetmvo.nl

Den Dat MVO LOONT

'SOCIALE DUURZAAMHEID moet onderdeel worden van EUROPESE AANBESTEDING'

Volgens CNV-vakgroepbestuurder Willem Kruihof leiden de Europese aanbestedingsregels tot een te sterk prijsdenken. 'Uiteindelijk is de man op de vloer de klos.'

'In de aanbestedingspraktijk wordt vaak de 'economisch meest gunstige aanbieder' als criterium gehanteerd. De prijs weegt daar zwaar bij mee, meestal voor dertig procent. Steeds meer zie je dat de prijs zelfs het enige criterium wordt. In beide gevallen wordt geen rekening gehouden met sociale duurzaamheid, dus met aspecten als kwaliteit van de dienstverlening, innovatie, organisatie en communicatie, aantal werkuren, inkoopvoorwaarden etc. Dat heeft gevolgen voor de werknemers van schoonmaakbedrijven. Want door die enorme prijsconcurrentie moet de schoonmaker steeds meer doen in minder tijd. Hij of zij moet niet alleen harder werken, maar ook concessies doen op het gebied van kwaliteit. Het is niet prettig als je steeds moet denken: eigenlijk zou ik het beter willen doen, maar daar is geen tijd meer voor. En vervolgens krijgt de schoonmaker commentaar van de gebruikers van het object waar hij werkt. In de praktijk merken we dat zo'n situatie leidt tot meer ziekteverzuim, uitval en zelfs tot onverschilligheid. Logisch natuurlijk, maar zeer ongewenst.'

'Deze ontwikkeling kan niet helemaal los worden gezien van de rol van het intermediair, de partijen tussen opdrachtgever en facilitaire dienstverleners. Zij kunnen hun klanten er immers op wijzen dat een goede overeenkomst met het schoonmaakbedrijf niet alleen wordt bepaald door de prijs, maar ook door het

begrip sociale duurzaamheid. Zijn de protocollen en de urenrekeningen reëel? Stellen zij de man of vrouw die het werk uit moet voeren in staat om kwaliteit te leveren? Is er ruimte voor communicatie? Leidt de overeenkomst niet tot overbelasting? Het zijn vragen die te weinig worden gesteld.'

'Vreemd is natuurlijk dat het intermediair vaak een dubbele pet op heeft. Men begeleidt de aanbesteding maar voert ook de kwaliteitscontroles uit. Als men eerst heeft ingekocht op prijs en daarna streng en veelvuldig controleert, dan moet dat in de praktijk wel tot boetes leiden. In feite dus een extra prijsvoordeel voor de klant. Zijn daarmee de belangen van de opdrachtgever goed behartigd? Als het gaat om geld zou je bijna denken van wel; in de praktijk wordt de dienstverlening echter op een onverantwoorde manier uitgehold. De kwaliteit komt onder druk te staan, schoonmakers en objectleiders weten niet meer hoe ze hun werk naar behoren kunnen doen en gebruikers raken ontevreden. Tel uit je winst.'

'De aanbestedingsregels zijn bedoeld om concurrentie te stimuleren. Als dat leidt tot scherpe prijzen, dan zeg ik prima. Maar leidt het tot irreële prijzen met onacceptabele gevolgen voor de werknemer, dan schieten we ons doel voorbij. Als de marges van de schoonmaakbedrijven geen ruimte bieden, dan is het voorspelbaar dat de consequenties juist

op de werkvloer voelbaar worden. Daar betaalt men uiteindelijk de tol. De balans dreigt door te slaan. De animo voor schoonmaakwerk zal afnemen en het imago van de sector komt op de tocht te staan.'

'Zo'n ontwikkeling kan niet eeuwig doorgaan natuurlijk. Ik vind dat de overheid hier een verantwoordelijkheid heeft. Zij is nota bene bezig wetgeving voor te bereiden die moet leiden tot duurzaam inkoopgedrag. De genoemde ontwikkeling in de schoonmaaksector staat hier haaks op. Terwijl de overheid ook nog eens één van de grotere opdrachtgevers is.'

'Als CNV Schoonmaak gaan we hier de komende tijd veel aandacht aan besteden. Het begrip sociale duurzaamheid wordt in de context van aanbesteding nergens genoemd. Dat moet veranderen. Daar gaan we de overheid gericht op aanspreken; als opdrachtgever maar ook als partij die belang hecht aan maatschappelijk verantwoord ondernemen en daar de voorwaarden voor wil creëren. Bovendien: de overheid heeft het fenomeen aanbesteding bedacht; als die leidt tot onverantwoorde situaties, dan heeft zij daar een verantwoordelijkheid. Maar we gaan ons uiteraard ook richten op andere opdrachtgevers en op het intermediair. We gaan inschrijvingen stelselmatig en actief volgen en de betrokkenen publiekelijk aanspreken.'

'Het is in ieders belang dat het begrip sociale duurzaamheid ook in de schoonmaaksector voldoende aandacht krijgt. Gebeurt dat niet, dan hoef je bijvoorbeeld ook geen aandacht meer te schenken aan scholing van medewerkers. Dat heeft dan toch geen zin?' ■



Willem Kruithof: partijen publiekelijk aanspreken

KIND VAN DE REKENING

Het is temidden van alle berichtgeving rond de economische recessie nauwelijks voor te stellen, maar nog slechts een jaar geleden ging de meeste aandacht uit naar wat nu een luxe lijkt: maatschappelijk verantwoord ondernemen, MVO. Nobelprijswinnaar Al Gore gaf het startsein met zijn *unconvenient truth* waarbij vooral grondstoffen en het milieu centraal stonden. Maar die aspecten - waarbij het milieu staat voor planet - werden in Nederland snel aangevuld met twee andere onderwerpen die bij bedrijfsvoering óók voorop zouden moeten staan: *people* en *profit*. *People* staat voor sociale factoren en *profit* voor op een ethische manier winst maken. Bij het hanteren van die drie P's bleef de schoonmaaksector niet achter. De werkgeversvereniging OSB lanceerde vorig jaar een MVO-campagne en ondertekende publiekelijk een manifest. Maar op praktische gronden lag daarbij van meet af aan de nadruk op het milieuaspect, door bij schoonmaken te kiezen voor milieuvriendelijke reinigingsmiddelen,

VANDICKHOUT



Dick van Zomeren was 30 jaar hoofdredacteur van Service Management en geldt bij uitstek als een kenner van de facilitaire sector.

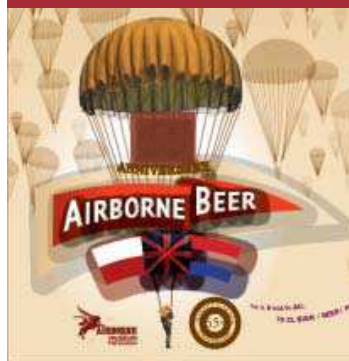
reductie van het verbruik van plastic zakken, energiebesparing en soms het kiezen van schonere motorbrandstoffen. Kortom nauwelijks geld kostende maatregelen die tamelijk eenvoudig waren door te voeren. Klantvriendelijke maatregelen ook. MVO klinkt lekker en wie is er niet voor milieubehoud? De aard van het werk maakt invulling van het sociale aspect - *people* dus - een stuk lastiger, want de meeste schoonmakers komen zelden in het kantoor van hun werkgever. Gezonde voeding in de kantine, arbo, bedrijfsfitness, het signaleren van sociale problemen: allemaal te doen. Mits je bij elkaar in hetzelfde gebouw werkt. En de profit? Niemand kan zeggen dat in de schoonmaak exorbitante winsten worden gemaakt. Integendeel. Maar die winst is mede een voorwaarde voor de invulling van MVO. *People* en *planet* zijn bij onvoldoende opbrengst het kind van de rekening. Er vallen ontslagen en Shell bijvoorbeeld heeft de investeringen in zonne-, wind- en waterenergie gestaakt 'in verband met onvoldoende opbrengst'. Dat maakt MVO niet zinloos. Maar in economisch barre tijden klopt de volgorde *planet*, *people* en *profit* niet meer omdat een redelijke winst de kurk is waar die twee eerste zaken op drijven. Óók in de schoonmaak.

Bier om nooit te vergeten

Airborne is het overkoepelende begrip voor alles wat met de herdenking van de Slag om Arnhem te maken heeft. Zo is er een Airborne Museum in het nabij Arnhem gelegen Oosterbeek en vinden er jaarlijks tal van herdenkingen plaats, zoals de Airborne-wandeloctocht, het grootste ééndaagse loopevenement ter wereld. Minder bekend is dat ter nagedachtenis van de dramatische gebeurtenissen aan het eind van de tweede wereldoorlog, er ook een speciaal bier gebrouwen wordt: het Airborne Beer. Initiatiefnemer van dit project is Gerrit Staal, in het dagelijks leven hoofd van de kwaliteitsdienst van Hectas-klant Caparis NV, een Friese organisatie die actief is op het gebied van sociale werkvoorziening.

Wat heeft een Friese manager met de Slag om Arnhem te maken? Gerrit Staal: 'Ik kom oorspronkelijk uit de regio Arnhem. Ik ken de oorlog voornamelijk uit de verhalen van familieleden. Hun aangrijpende getuigenissen hebben ervoor gezorgd dat de Airborne-herdenkingen ook voor mij altijd een extra

betekenis hebben gehad. Tien jaar geleden ontstond het idee om iets te gaan doen voor de stichting Lest we forget ('opdat wij niet vergeten'), een organisatie die zich inzet voor Britse en Poolse veteranen van de Slag om Arnhem. Een vriend van mij heeft een



brouwerij, vandaar het idee van Airborne Beer.' 2009 is een bijzonder Airborne-jaar. De herdenkingen worden voor de 65e keer georganiseerd, het museum bestaat 65 jaar en wordt ingrijpend verbouwd en het Airborne-bierproject viert zijn tweede lustrum. 'We hebben inmiddels bijna 12.500 flessen verkocht. Elke fles levert 50 eurocent op voor de stichting Lest we forget. In dit jubileumjaar is dat zelfs een euro per fles. Dit geld is bestemd voor het interactieve leslokaal dat in het nieuwe Airborne Museum komt. In dit educatieve project beantwoorden kinderen vragen over de tweede wereldoorlog. Met de opbrengst van het Airborne Beer worden elektronische antwoordkastjes aangeschaft.'

Airborne Beer is een wat zwaarder, smaakvol bier met nagisting op de fles. Deze heeft een inhoud van 75 cl en wordt afgesloten met een kurk. Producent is de Friese Bierbrouwerij Us Heit in Bolsward. Het bier is verkrijgbaar in slijterijen en supermarkten in de regio Arnhem-Ede-Wageningen, bij de herdenkingsactiviteiten, in het museum en bij de brouwerij zelf. 'Maar het is ook een origineel relatiegeschenk voor bedrijven met historisch besef die in het najaar iets te vieren hebben', tipt Gerrit Staal.

Kijk voor meer informatie op: www.airbornebeer.com.

Nieuw: BIOS®

Deverco verwerft exclusieve rechten van spectaculaire schoonmaakinnovatie

In grote delen van Europa start Deverco binnenkort met de exclusieve verkoop van een opvallend nieuw product: Bios®. Met dit reinigingsmiddel worden niet alleen uitstekende schoonmaakresultaten behaald, het is ook bijzonder milieuvriendelijk. Het product splitst vetten en olie en zet deze met natuurlijke bacteriën om in een niet-schadelijke biomassa.

Voordelen

Bios combineert een groot aantal voordelen. Zo is het product multifunctioneel inzetbaar en geschikt voor de schoonmaak van industriële, metalen en houten vloeren, (tegel)wanden, machines, machineonderdelen en gereedschap. Waar vroeger allerlei verschillende middelen nodig waren, kan nu worden volstaan met één product.

Met Bios worden opvallend goede schoonmaakresultaten behaald. Behandelde oppervlaktes zijn niet alleen in één keer schoon, maar ook volledig vetvrij. Een vloer die met Bios is gereinigd voelt stroef aan en laat geen strepen zien. En dat terwijl het middel uiterst gebruiksvriendelijk is. Bios wordt in een vaste verhouding van één op twintig met water gemengd en met een machine, bezem, mop of spuit over het schoon te maken oppervlak verspreid. Het middel wordt direct actief en zet vuil, olie en vetten om in een natuurlijk afbreekbare biomassa die gewoon de afvoerput in kan. Daarna hoeft het oppervlak alleen nog met water nagespoeld en drooggetrokken te worden.

Veilig

Bios werkt niet alleen snel en gemakkelijk, het is ook veilig. Het is niet-toxisch, niet corrosief, niet ontvlambaar en niet bijtend voor de menselijke huid en/of ogen. Het middel is uitgebreid getest in allerlei verschillende omgevingen met



verbluffende resultaten. 'Een product dat zo effectief zijn werk doet en dat tegelijkertijd zoveel tijd en energie bespaart, dat zijn we nog niet eerder tegengekomen', zegt Deverco-divisiemanager Edo Konings. 'Voeg daar het gebruiksgemak en de milieuvriendelijke eigenschappen aan toe en je kunt met recht spreken van een uniek product.'

Deverco gaat Bios leveren in cans van 5 en 10 liter, in vaten van 200 liter en in containers van 1000 liter. Konings: 'We koesteren hoge verwachtingen. En niet alleen omdat de schoonmaakresultaten zo goed zijn. Het product kan veel kosten besparen en het is niet nodig nieuwe machines of materialen aan te schaffen. Ook hoeft je bestaande schoonmaakroutines niet aan te passen. Integendeel, Bios maakt het werk alleen maar eenvoudiger, omdat het veel andere (vaak agressieve) middelen overbodig maakt.'

Veelzijdig

De bijzondere kwaliteiten van Bios maken dat het product ook kan worden ingezet bij de reiniging van rioolwater, met olie vervuuld oppervlaktewater, vervuilde grond of het wegdek na een verkeersongeval. Konings: 'De toepassingsmogelijkheden zijn legio: industrievloeren, vloeren en wanden in supermarkten, restaurants en grootkeukens natuurlijk, maar denk ook aan motoren, vaartuigen en de offshore-industrie. Ook voor het verwijderen van roetaanslag na een brand is Bios ideaal. Omdat het product op een natuurlijke manier koolwaterstofverbindingen verbreekt, kan het zelfs worden ingezet bij het schoonmaken van met olie besmeurde dieren.'

De verkoop van Bios aan eindverbruikers is al in volle gang; met een aantal geselecteerde groot-handels worden inmiddels gesprekken gevoerd. ■

BIOS IN HET KORT

Ideaal voor olie, vetten en roet
Optimaal schoonmaakresultaat
Snel en gemakkelijk in gebruik
100% biologisch afbreekbaar
Energie- en kostenbesparend
Niet giftig, bijtend of ontvlambaar
Multifunctioneel, bruikbaar in bestaande machines en schoonmaakroutines



Vragen, suggesties of reacties?

HECTAS Bedrijfsdiensten C.V.

Postbus 2197
6802 CD Arnhem
Telefoon 026 - 317 17 17
Telefax 026 - 318 18 18
info@hectas.nl • www.hectas.nl

U bereikt de regiokantoren van Hectas onder de volgende nummers:

Duiven	(026) 317 17 17
Aalsmeer	(0297) 39 52 79
Almere	(036) 52 11 520
Arnhem	(026) 317 17 45
Doetinchem	(0314) 36 89 89
Drachten	(0512) 51 75 53
Groningen	(050) 549 76 34
Hengelo	(074) 267 43 04
Nijmegen	(024) 355 69 59
Gouda	(0182) 30 81 30
Son	(0499) 46 20 50
Utrecht	(030) 293 86 18
Veendaal	(0318) 49 53 40
Veldhoven	(040) 255 87 55
Zaandam	(075) 650 47 00
Zwolle	(038) 466 14 53
Genk	(0032) 89 41 78 72
Wilrijk (Antwerpen)	(0032) 34 57 88 82
Deverco	(026) 311 30 30
<i>Handel in hygiëne</i>	

(advertentie)

afwezig

AenK is een allround partner op het snijpunt van mens, werk en gezondheid:

Arbeidsmedische dienstverlening
Arbeidsdeskundige dienstverlening
Psychologische dienstverlening
Ergotherapeutische dienstverlening
Verzuimpreventie en -begeleiding
Gezondheidsmanagement
Employability

Ausems Kerkvliet
arbeidsmedisch adviseurs

Verzuimmanagement

Wordt u er ziek van of besteedt u het uit?

Wij komen graag vrijblijvend bij u langs om de mogelijkheden van onze dienstverlening met u te bespreken. Voor meer informatie: telefoon 0547 - 284 800, e-mail info@aenk.nl, internet www.aenk.nl

meer met mensen