

ZELFVERKLARING OVER HET JAAR 2024

Steeds meer bedrijven en organisaties ondertekenen de Code Verantwoordelijk Marktgedrag. Daarmee geven ze invulling aan maatschappelijk verantwoord ondernemen. Invulling aan eerlijk en fatsoenlijk zakendoen met elkaar. In de markt verwachten bedrijven steeds vaker dat de ingekochte dienstverlening eerlijk en fair geleverd wordt.

Ondertekenaars van de Code Verantwoordelijk Marktgedrag Schoonmaak- en Glazenwassersbedrijf leggen verantwoording af over de toepassing van de Code. Dit gebeurt één keer per jaar in een zelfverklaring. Daarnaast zijn wij benieuwd naar uw beleving van de Code Verantwoordelijk Marktgedrag en vragen wij u hoe u uw rol binnen de Code Verantwoordelijk Marktgedrag ziet.

Uitleg scorebalk: Hier kunt u uw score monitoren aan de door u ingevulde antwoorden. Hoe hoger het percentage hoe beter u het doet!

Totaalscore

93%

1. Waarom vindt uw organisatie het belangrijk dat geïnvesteerd wordt in het welzijn van uw schoonmaakmedewerkers?

- Wij vinden het logisch dat ons schoonmaakbedrijf investeert in het welzijn van onze medewerkers. Dat behoort bij goed werkgeverschap
- Wij bespreken jaarlijks met de opdrachtgever hoe hij/zijn kan bijdragen aan het welzijn van de schoonmaker(s) (dat hoort bij goed opdrachtgeverschap)

2. Faciliteert u als opdrachtnemer een jaarlijks gesprek tussen uw opdrachtgever en de schoonmaakmedewerkers? (zonder dat u daarbij aanwezig bent)

Ja

3. Welke onderwerpen komen in het gesprek dat u met uw eigen schoonmaakmedewerkers voert aan de orde?

Competenties aan de hand van de gedragscodes van EW, in onder meer werkoverleg en jaargesprekken komen de volgende onderwerpen aan bod: • Sociaal beleid • Werkdruk • Beschikbare materialen en middelen • (Verbetering van de) samenwerking • (Verbetering van de) schoonmaakdienstverlening • Duurzame inzetbaarheid en eigen regie daarop • Anders, namelijk: Loopbaanontwikkeling, samenwerking met leidinggevenden, veilige werkplek (zowel fysiek als omgang met elkaar) Resultaten: Loopbaanontwikkeling & opleiding: Tijdens jaargesprekken vragen we naar de ambities van onze medewerkers en hun opleidingsbehoefte. Zo kwam een medewerker met de wens om door te groeien naar een leidinggevende rol. In reactie hebben we een ontwikkelplan opgesteld en training aangeboden via de Hospitality Academy (EW trainingsafdeling). Resultaat: de medewerker heeft een vakdiploma behaald en is inmiddels doorgegroeid naar een supervisor

functie, wat zowel voor de medewerker als voor onze organisatie een succes is. Werkdruk & gezondheid: Medewerkers gaven aan dat op bepaalde dagen de werkdruk hoog was, wat stress veroorzaakte. We hebben dit in een teamoverleg besproken. Resultaat: we pasten de planning aan en voegden extra ondersteuning toe op piekmomenten, waardoor de werkdruk beter gespreid is. Medewerkers ervaren nu minder hectiek en voelen zich gehoord. Daarnaast trainen we al onze medewerkers in ergonomie en veilige werkmethoden. Voor collega's in zwaardere taken en/of medewerkers die fysieke klachten ervaren stellen we hulpmiddelen beschikbaar, in overleg met een ergocoach wordt gekeken of bijvoorbeeld een pols- of rugbraces, de fysieke belasting kan verlichten. Samenwerking & communicatie: In teamgesprekken kwam naar voren dat de communicatie tussen schoonmakers en objectleiding verbeterd kon worden. Enkele medewerkers voelden zich onvoldoende betrokken bij beslissingen op het object. Resultaat: we hebben daarop regelmatig teamoverleggen ingevoerd waarin iedereen input kan geven. Ook hebben we onze leidinggevenden gecoacht in open communicatie en het geven van feedback. Dit heeft geleid tot een hechter team; medewerkers geven aan dat ze nu makkelijker naar hun leidinggevende stappen met ideeën of problemen, wat de werksfeer en effectiviteit ten goede komt.

4. Wordt een van uw lopende opdrachten komend jaar (of 2) opnieuw aanbesteed?

Ja

4a. Bent u van plan de werkdrukmeting uit te voeren (conform CAO)?

Ja

4b. Gaat u de resultaten met de opdrachtgever delen zodat dit kan worden meegenomen in de aanbestedingsstukken.

Ja

5. Maakt u gebruik van het werkdrukinstrument van de RAS om de werkdruk van uw schoonmaakmedewerkers in kaart te brengen en te zoeken naar oplossingen? (los van aanbestedingen)

Regelmatig, ook als er geen aanbesteding speelt

5a. Welke knelpunten zijn er uit werkdrukmeter naar voren gekomen? Hoe heeft u dit opgelost?

Fysieke belasting: Fysieke belasting wordt vaak veroorzaakt door een combinatie van krachtoefening, beweging en houding. Hoe vaker, langer en intensiever de belasting, hoe groter de kans tot het ontstaan van klachten. De medewerkers ervaren een erg hoge fysieke belasting. Hierover gaan we in gesprek met medewerkers, veelal worden er maatwerkoplossingen gevonden (zoals (tijdelijke) aanpassing van taken, ondersteuning door ergocoach of aanschaf hulpmiddel(en)) Invloed op werktijden en werkprocessen: Medewerkers ervaren dat zij beperkte invloed hebben bij de inrichting van de processen of het bepalen van de werktijden. Oplossing; We betrekken medewerkers bij het maken van roosters, het maken van planningen en het plannen van vakanties, etc.

6. Is bij nieuwe aanbestedingen de code onderwerp van gesprek met de opdrachtgever?

Ja

Met welk resultaat?

Er is bij opdrachtgevers veelal meer begrip en ruimte hoe we in gezamenlijkheid de schoonmaakdienstverlening kunnen verbeteren. We streven naar een (langdurige) partnerschap met de opdrachtgever zodat er stabiliteit is voor de werknemers en we samen kunnen investeren in verbeteringen.

7. Met welke uitgangspunten/voorwaarden (uit de Code) schrijft uw organisatie op opdrachten in?

Wij vermelden in de offerte de visie van ons schoonmaakbedrijf over (verbetering van) de dienstverlening • Samen staan we sterker: de visie van alle ketenpartners over (verbetering van) de dienstverlening is van belang. Dus ook die van ons schoonmaakbedrijf • Wij bieden de beste prijs-kwaliteit verhouding voor de schoonmaakdienstverlening • Wij zijn van mening dat de tarieven zodanig moeten zijn dat wij als schoonmaakbedrijf ook een goede boterham kunnen verdienen • Soms wil de opdrachtgever dat de schoonmaakdienstverlening in frequentie en kwaliteit op hetzelfde peil blijft of verbetert. Ondanks bezuinigingen waarbij de totale prijs voor schoonmaak minder wordt. Wij doen daar niet aan mee • Wij gaan in gesprek met de opdrachtgever hoe de schoonmaakdienstverlening kan verbeteren. Wij bespreken met de opdrachtgever wat hij wil • Wij willen een langdurige relatie aangaan met de opdrachtgever. Wij sluiten dus een langdurig contract met die opdrachtgever • Wij willen een relatie van partnership aangaan met de opdrachtgever. Wij moeten, met oog voor de belangen voor beide partijen, samenwerken voor het beste resultaat. Drie punten die voor onze organisatie van belang zijn bij inschrijving op opdrachten: • Beste prijs-kwaliteitverhouding: Wij schrijven in op basis van een realistische, eerlijke prijs voor de gevraagde kwaliteit. We onderbouwen onze prijs met een verifieerbare calculatie en zorgen dat deze voldoende is om onze medewerkers correct te belonen en te investeren in kwaliteit. Met andere woorden: we hanteren realistische tarieven en geen onverantwoorde bodemprijzen, zodat we als schoonmaakbedrijf ook een gezonde bedrijfsvoering kunnen behouden • Geen ongezonde bezuinigingen: We doen niet mee aan aanbestedingen die enkel gericht zijn op het fors verlagen van de prijs ten koste van de kwaliteit of werkdruk. Soms verlangt een opdrachtgever bijvoorbeeld hetzelfde of meer werk voor een significant lager budget. Wij werken daar niet aan mee, als de gevraagde bezuiniging niet realistisch is, zullen we dat aangeven en eventueel de opdracht aan ons voorbij laten gaan. • Langetermijnrelatie en partnership: We streven naar langdurige contracten en een partnerschap met de opdrachtgever. Idealiter sluiten we contracten af met een looptijd van meerdere jaren (bij voorkeur minimaal 4 jaar) zodat er stabiliteit is voor de werknemers en we samen kunnen investeren in verbeteringen. Tijdens de contractperiode zoeken we daarom actief de dialoog met de opdrachtgever om continu te verbeteren. Naast bovenstaande punten besteden we ook aandacht aan andere Code-uitgangspunten, zoals het maken van eerlijke afspraken over indexatie van tarieven, en het vermijden van belangenverstrengeling. Zo zorgen we dat al onze aanbiedingen in lijn zijn met zowel de letter als de geest van de Code.

8. In hoeverre past uw organisatie de top 10 speerpunten bij offerteprocedures en aanbestedingstrajecten van de Code toe?

Ons schoonmaakbedrijf past de top 10 in alle offerteprocedures en aanbestedingstrajecten voor de schoonmaak- en glazenwasserssector toe.

Welk resultaat heeft dit opgeleverd?

Wij vermelden in de offerte de visie van ons schoonmaakbedrijf over (verbetering van) de dienstverlening • Samen staan we sterker: de visie van alle ketenpartners over (verbetering van) de dienstverlening is van belang. Dus ook die van ons schoonmaakbedrijf • Wij bieden de beste prijs-kwaliteit verhouding voor de schoonmaakdienstverlening • Wij zijn van mening dat de tarieven zodanig moeten zijn dat wij als schoonmaakbedrijf ook een goede boterham kunnen verdienen • Soms wil de opdrachtgever dat de schoonmaakdienstverlening in frequentie en kwaliteit op hetzelfde peil blijft of verbetert. Ondanks bezuinigingen waarbij de totale prijs voor schoonmaak minder wordt. Wij doen daar niet aan mee • Wij gaan in gesprek met de opdrachtgever hoe de schoonmaakdienstverlening kan verbeteren. Wij bespreken met de opdrachtgever wat hij wil • Wij willen een langdurige relatie aangaan met de opdrachtgever. Wij sluiten dus een langdurig contract met die opdrachtgever • Wij willen een relatie van partnership aangaan met de opdrachtgever. Wij moeten, met oog voor de belangen voor beide partijen, samenwerken voor het beste resultaat

9, Hoe vaak bespreekt u de uitvoering van het contract met uw opdrachtgever?

Samen met onze opdrachtgever bespreken wij de uitvoering van alle afspraken in het contract

10. In hoeverre heeft u tijdens de looptijd van het contract overleg met uw eigen schoonmaakmedewerkers over het schoon te maken object en het contract?

Wij gaan meerdere keren per jaar in gesprek met deze medewerker(s).

Bespreekt u met de opdrachtgever de kwantiteit en kwaliteit van uw direct leidinggevenden van de schoonmaakmedewerkers?

Ja

Kunt u hiervan een voorbeeld geven?

Meerdere keren per jaar gaan we met de opdrachtgever in gesprek over de kwaliteit en tevredenheid van onze dienstverlening, hierin spelen de kwantiteit en kwaliteit van onze (direct) leidinggevenden en schoonmaakmedewerkers een rol. We meten dit onder meer middels klanttevredenheidsonderzoek en klantgesprekken.

12. Waarom past uw organisatie de Code toe? (meerdere antwoorden mogelijk)

- Onze organisatie werkt al volgens de Code
- Het is een wens van onze ketenpartners
- De Code is een praktische invulling van maatschappelijk verantwoord ondernemen

13. In hoeverre heeft uw organisatie Code-doelen opgesteld?

Ja, we hebben Code-doelen opgesteld. Deze zijn bekend bij en worden besproken met alle medewerkers

14. Heeft uw organisatie al resultaten bereikt met het toepassen van de Code?

Ja, we voelen ons als ambassadeur van de Code

15. Informeert u uw schoonmaakmedewerkers over de Code?

Ja

15a. Bespreekt u met uw schoonmaakmedewerkers hoe de Code kan worden toegepast?

Ja

16. In hoeverre zijn uw schoonmaakmedewerkers actief betrokken bij de Code-activiteiten van uw organisatie?

Onze schoonmaakmedewerkers zijn hierbij betrokken

Hoe zijn uw schoonmaakmedewerkers erbij betrokken? Kunt u hiervan een voorbeeld geven? Uit welke handelingen blijkt dit?

We proberen onze medewerkers hierbij te betrekken middels medewerkerstevredenheidsonderzoeken en gesprekken tussen medewerkers en opdrachtgevers om de betrokkenheid te vergroten.