

Steeds meer bedrijven en organisaties ondertekenen de Code Verantwoordelijk Marktgedrag. Daarmee geven ze invulling aan maatschappelijk verantwoord ondernemen. Invulling aan eerlijk en fatsoenlijk zaken doen 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. In de zelfverklaring komen zes domeinen aan bod te weten: toepassing van de Code, betrokkenheid van uw eigen organisatie, duurzame marktcondities/eerlijk en fatsoenlijk zaken doen met elkaar, contractvoorwaarden en uitvoering van het contract, sociaal beleid en impact Corona.

TOEPASSING VAN DE CODE

82%

WAAROM PAST UW ORGANISATIE DE CODE TOE? / WAAROM HEeft U ORGANISATIE DE CODE ONDERTEKEND? (MEERDERE ANTWOORDEN MOGELIJK)

- De Code zit in onze genen
- De organisatie werkt al volgens de Code
- Het gedachtegoed van de Code spreekt ons aan
- De Code is een praktische invulling van maatschappelijk verantwoord ondernemen

HEeft UW ORGANISATIE AL RESULTATEN BEREIKT MET HET TOEPASSEN VAN DE CODE?

Ja, we kunnen dienen als ambassadeur van de Code

OP WELKE TERREINEN HEeft UW ORGANISATIE AL RESULTATEN BEHAALD MET HET TOEPASSEN VAN DE CODE? BIJ DEZE VRAAG ZIJN MEERDERE ANTWOORDEN MOGELIJK

- Mijn ketenpartners hebben inmiddels ook de Code ondertekend
- Wij hanteren realistische prijzen in onze offertes en contracten
- Bij ons is veel kennis en deskundigheid om op Economisch Meest Voordelige Inschrijving (op basis van beste prijs-kwaliteit verhouding) te offeren
- Wij vinden kwaliteit van de dienstverlening zeer belangrijk en besteden daaraan specifieke aandacht in offertetrajecten
- Wij zijn in gesprek met stakeholders over onderwerpen die ons beiden aangaan
- Wij nemen reële looptijden op in onze offertes en contracten met oog voor de belangen van alle partijen
- We vinden indexering van tarieven belangrijk en gaan daarover in gesprek met de opdrachtgever
- Wij hebben overleg met de opdrachtgever, niet alleen op directieniveau maar ook rechtstreeks met de gebruikers
- Onze schoonmakers hebben overleg met de opdrachtgever, niet alleen op directieniveau maar ook rechtstreeks met de gebruikers
- Wij bespreken met de opdrachtgever dat deze niet alleen sociaal beleid voert voor zijn eigen medewerkers maar ook voor ingehuurd personeel
- Onze schoonmakers zijn op de hoogte van de afspraken met de opdrachtgever
- Wij hebben met de opdrachtgever gesprekken over de uitvoering van het contract
- Ik heb concrete voorbeelden en heb deze omschreven onderaan de ze pagina

TOELICHTING

Wij zijn voorstander van dagschoonmaak. Dit geeft namelijk onze schoonmakers een gezicht, vergemakkelijkt de communicatie tussen schoonmakers en opdrachtgever en zorgt voor meer betrokkenheid van beide kanten. Over het onderwerp dagschoonmaak en resultaatgerichte schoonmaak hebben wij afgelopen jaar ook een whitepaper geschreven. Hierin hebben wij ook de visie meegenomen van directieleden van andere schoonmaakbedrijven, rayonleiders, schoonmakers en opdrachtgevers.

Wij vinden het belangrijk om met al onze stakeholders in gesprek te gaan én te blijven over onderwerpen die ons beide aangaan. We kijken naar welke voor- en nadelen bepaalde contractvormen hebben voor onze klanten en eigen medewerkers. Op die manier voorzien we iedereen van een passende opdracht, gericht op duurzame klantrelaties en duurzame inzetbaarheid van collega's, met een hoge tevredenheid tot gevolg.



BETROKKENHEID VAN UW EIGEN ORGANISATIE

75%

HOE IS DE TOEPASSING VAN DE CODE GEBORGD IN UW ORGANISATIE?

... is door de gehele organisatie geborgd in procedures en mensen

WIE IN UW ORGANISATIE KENT DE CODE?

kennen alle leidinggevenden, sales en P&O/HR/HRM de Code

IN HOEVERRE ZIJN DE MEDEWERKERS VAN UW ORGANISATIE ACTIEF BETROKKEN BIJ DE CODE-ACTIVITEITEN VAN UW ORGANISATIE?

Een minderheid van de medewerkers is actief betrokken bij de activiteiten die wij met de Code uitvoeren

IN HOEVERRE HEEFT UW BEDRIJF CODE-DOELEN OPGESTELD?

Ja, we hebben Code-doelen opgesteld. Deze zijn bekend bij en worden besproken door de directie en de betrokken medewerkers

TOELICHTING

Met het inschrijven op aanbestedingen letten wij goed op of de gunning niet volledig op prijs is. Wij gaan voor kwaliteit en een gezonde werkdruk voor onze medewerkers. Wij doen dus niet aan prijsduiken, maar bieden klanten een kwalitatieve dienstverlening waarin we kunnen waarmaken wat we beloven. Zowel naar klanten toe als naar medewerkers.

Voordat wij inschrijven op een aanbestedingen, maken we eerst een calculatie. Komt deze te 'krap' uit, dan schrijven wij niet in. We stellen een vraag in de Nota van Inlichtingen en verwijzen naar onze ondertekening van de Code. We vragen hen nogmaals naar de bodem en plafondbedragen te kijken. Willen zij hier niets in veranderen, dan schrijven wij ons niet in en laten we hen dat met argumentatie ook weten. Een krappe calculatie betekent een hoge werkdruk voor onze medewerkers. Schoonmaken is mensenwerk en wij gaan voor duurzaamheid.

Daarnaast vinden wij het belangrijk dan onze (toekomstig) opdrachtgevers bereid zijn te communiceren met onze schoonmakers. Naast de vaste overlegvormen op tactisch en strategisch niveau, vinden wij het belangrijk dat zij elkaar weten te vinden voor operationele zaken en de opbouw van een relatie.

Wij letten verder op afwijkende indexaties. In het geval van prijsverhoging, volgen wij de cao netjes op.

Opdrachtgevers die zich hiervoor proberen in te dekken, maken het voor ons als organisatie onhaalbaar om o.a. eventuele loonstijgingen voor onze collega's door te voeren. Daar gaan wij dan ook niet mee akkoord.

Naast een hoop andere maatregelen die wij naast bovengenoemde punten treffen, is dit de belangrijkste: Wij zetten onze schoonmakers op 1. De mate van tevredenheid van onze klanten gaat namelijk hand in hand met de capaciteiten en tevredenheid van onze medewerkers. Daarom investeren wij in goed werkgeverschap. Door onze medewerkers een solide basis te geven bestaand uit coaching, opleiding, aandacht en positiviteit, zijn zij in staat om excellente kwaliteit te leveren met een lach! Dit zorgt voor een hoge klanttevredenheid en een leuke samenwerking.

DUURZAME MARKTCONDITIE / EERLIJK EN FATSOENLIJK ZAKEN DOEN MET ELKAAR

71%

MET WELKE UITGANGSPUNTEN SCHRIJFT UW ORGANISATIE OP OPDRACHTEN IN ? (MEERDERE ANTWOORDEN MOGELIJK)

- 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
- 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

IN HOEVERRE PAST UW ORGANISATIE DE CODE TOE IN UW OFFERTEPROCEDURES EN AANBESTEDINGSTRAJECTEN?

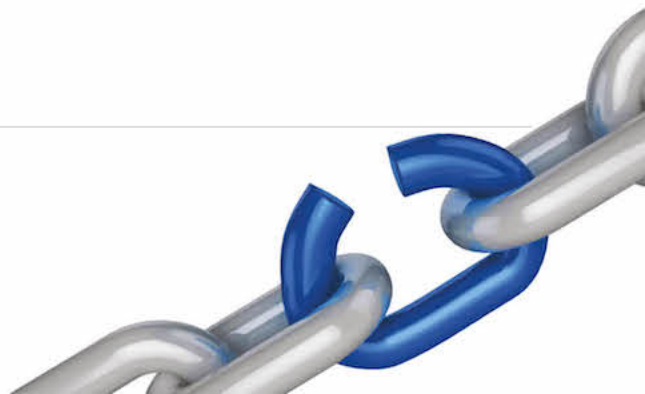
in alle offerte procedures en aanbestedingstrajecten toe.

LET U, SINDS HET ONDERTEKENEN VAN DE CODE, MEER OP EERLIJK EN FATSOENLIJK ZAKEN DOEN MET ELKAAR? (MEERDERE ANTWOORDEN MOGELIJK)

Dat deden wij al want wij willen eerlijk, rechtvaardig en integer zaken doen

TOELICHTING

Wij blijven altijd in gesprek met onze collega's, opdrachtgevers en leveranciers. Waar valt terrein te willen op efficiëntie, duurzaamheid, kwaliteit en kostenvermindering? Verbeterpunten communiceren we meteen met stakeholders die hier baat bij (kunnen) hebben. Daarin zijn wij transparant en open. Evaluatiegesprekken met onze opdrachtgevers vinden op vaste momenten in het jaar plaats. Verder lopen wij regelmatig controles en communiceren wij de resultaten daarvan met de collega's en opdrachtgever. Naast kwaliteitsmetingen, vinden wij de beleving van onze klanten net zo belangrijk. Daarom doen we klantbelevingsonderzoeken (KBO's), waarin we klanten vragen onze dienstverlening een cijfer te geven. Hiervoor gaan we voor de 9+. Scoren we lager, dan vragen we waar we kunnen verbeteren en doen we verbetervoorstellen.



CONTRACTSVOORWAARDEN EN UITVOERING VAN HET CONTRACT

75%

WAT VOOR SCHOONMAAKCONTRACTEN HEEFT UW ORGANISATIE AFGESLOTEN?

Voornamelijk langdurige contracten (langer dan vier jaar) met de mogelijkheid tot opzegging

IN HOEVERRE BESPREEKT U DE UITVOERING VAN HET CONTRACT MET DE OPDRACHTGEVER?

De opdrachtgever en wij bespreken de uitvoering van alle afspraken in het contract

HEEFT U TIJDENS DE LOOPTIJD VAN HET CONTRACT CONTACT MET DE GEBRUIKERS VAN UW OPDRACHTGEVER?

Ja, wij gaan één keer per jaar in gesprek met deze medewerker(s)

IN HOEVERRE HEEFT U TIJDENS DE LOOPTIJD VAN HET CONTRACT OVERLEG MET UW EIGEN SCHOONMAKERS OVER HET SCHOON TE MAKEN OBJECT EN HET CONTRACT?

- Wij gaan meerdere keren per jaar in gesprek met deze medewerker(s)
- Schoonmakers kunnen ons altijd benaderen om de dienstverlening en samenwerking te verbeteren. Wij vragen bewust input van hen

TOELICHTING

Zoals eerder benoemd, doen wij regelmatig klantbelevingsonderzoeken (KBO's). Hierbij lopen wij samen met het contactpersoon een ronde door het pand en vragen wij naar positieve en verbeterpunten. Aan het eind van de ronde vragen we de klant onze dienstverlening een cijfer te geven. Hierbij gaan we voor de 9+ ervaring! De beleving van gebouwgebruikers is uiteraard ook erg waardevol voor ons. Hiervoor gebruiken we de HappyOrNot-zuil. Met een simpele druk op een van de smileys geven zij aan hoe zij een bepaalde ruimte ervaren. De data wordt geanalyseerd en hieruit komen verbetervoorstellen over de schoonmaakroute, nalooproutes, etc.

Verder plannen wij vaste contactmomenten in op strategisch, tactisch en operationeel niveau. Zo blijven we van elkaar op de hoogte wat er speelt. Ook vragen wij bestaande en nieuwe klanten ons te beoordelen op de website van The Feedback Company. Hierbij kijken we waar we nog kunnen verbeteren en bouwen we uit wat al goed gaat.

Schoonmakers vragen we naar hun mening over uiteenlopende onderwerpen in de Beercoo Raad. Jaarlijks komen er weer nieuwe leden die vergaderen en hun stem laten horen over alles wat Beercoo aangaat. Leuke ideeën over werkzaamheden, kantoor of Beercoo zelf kunnen collega's kwijt in onze smiley ideeënbox. De inhoud hiervan wordt besproken tijdens vergaderingen van de Beercoo Raad.

Jaarlijks doen wij functioneringsgesprekken met onze mensen. Wij beoordelen hen met een A, B of C beoordeling. Is een collega een A-topper? Dan ontvang hij of zij een passend cadeau en een certificaat om trots op te zijn.

SOCIAAL BELEID

65%

WELKE ONDERWERPEN KOMEN IN HET GESPREK MET UW EIGEN SCHOONMAKER(S) AAN DE ORDE (MEERDERE ANTWOORDEN MOGELIJK)

- Sociaal beleid
- Werkdruk
- Beschikbare materialen en middelen
- Verbetering van de samenwerking
- Verbetering van de schoonmaakdienstverlening
- Duurzame inzetbaarheid en eigen regie daarop

WELKE ACTIVITEITEN OP HET GEBIED VAN SOCIAAL BELEID EN ARBEIDSPARTICIPATIE ONDERNEEMT U VOOR UW PERSONEEL?

- Onze organisatie investeert in werkplekken voor mensen met een achterstand op de arbeidsmarkt
- Onze organisatie investeert in een veilige en gezonde werkomgeving voor onze werknemers (bijvoorbeeld goed, werkend materiaal, een goede opkomruimte). Waar nodig overlegt onze organisatie met de opdrachtgever
- Regelmatig (jaarlijks/tweejaarlijks) wordt een medewerkerstevredenheidsonderzoek uitgevoerd onder onze werknemers
- Onze organisatie investeert (financieel, tijd) in de persoonlijke ontwikkeling van onze medewerkers

IN HOEVERRE VINDT UW ORGANISATIE HET BELANGRIJK DAT GEÏNVESTEERD WORDT IN HET WELZIJN VAN UW SCHOONMAKERS?

Wij vinden het logisch dat ons schoonmaakbedrijf investeert in het welzijn van ons eigen personeel. Dat behoort bij goed werkgeverschap

ONDERNEEMT UW ORGANISATIE ACTIE OM TE INVESTEREN IN GOEDE EN VEILIGE ARBEIDSMOMSTANDIGHEDEN VAN DE SCHOONMAKERS? ER ZIJN MEERDERE ANTWOORDEN MOGELIJK

- Wij vinden het belangrijk dat de schoonmakers veilig hun werk kunnen doen dus voeren bij elk object een Risico Inventarisatie&Evaluatie (RI&E)
- Wij vinden het belangrijk dat schoonmakers weten hoe om te gaan met gevaarlijke stoffen. Dit is voor ons een aandachtspunt bij de offertes
- Wij vinden het belangrijk dat schoonmakers zonder al te hoge werkdruk hun werk kunnen uitvoeren dus dat is voor ons een aandachtspunt in de offertes en contractsonderhandelingen met de opdrachtgever

IN HOEVERRE IS HET WERKVLOERGESPRAK VOOR U BELANGRIJK?

Mijn organisatie vindt een werkvloergesprek belangrijk maar heeft nog niet bij alle opdrachtgevers het werkvloergesprek ingevoerd

HOE VAAK VINDT BIJ U PER OBJECT EEN WERKVLOERGESPRAK PLAATS?

meerdere keren per jaar werkvloergesprekken. Wij nodigen de opdrachtgevers bewust daarvoor uit. De opdrachtgever hoort daarbij, is onze mening

TOELICHTING

Wij vinden het belangrijk om maatschappelijk actief te zijn. Zowel in onze eigen regio als daarbuiten. Ook bekijken wij bij elke klant de mogelijkheden voor SROI. Het moet leuk werken zijn met en bij Beercoo. Ook voor 1,5 miljoen mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Om hen te helpen, werken wij samen met organisaties zoals:

- Stichting Excelsior4All (als partner in re-integratie helpen wij Rotterdamse vrouwen én mannen verder met opleidingen, werkervaringsplekken en echte banen),
- Baanbrekend Drechtsteden,
- Stroomopwaarts (in Schiedam, Vlaardingen, Maassluis),
- Stichting BOOR (werkervaringsplekken voor leerlingen uit het speciaal onderwijs),
- Diversen gemeenten.

Bij grote klanten (met een team van >4 medewerkers) heeft de voorvrouw/-man wekelijks of tweewekelijks ingepland overleg met de contactpersoon van de klant. Bij MKB-klanten met een kleiner schoonmaakteam hebben de schoonmakers laagdrempelig contact met hun contactpersoon. Hiervoor is geen vast overlegmoment ingepland, zij zoeken elkaar op indien nodig. Hiervoor is de relatie (korte lijnen) vaak ook naar.

IMPACT CORONA

NAN%

WAT IS DE IMPACT VAN CORONA OP UW CONTRACTEN EN DIENSTVERLENING?

- Behoorlijk wat impact: ongeveer de helft van mijn contracten is gewijzigd qua uren of dienstverlening.
- Behoorlijk wat impact: bij ongeveer de helft van mijn opdrachtgevers is de relatie gewijzigd. Dit uit zich in vermindering van uren en een paar opzeggingen van het contract.
- Vermindering van uren, de werknemers heb ik deels ergens anders in kunnen zetten, deels moeten ontslaan
- Het is lastig nieuwe contracten te verwerven



TOELICHTING

Er zijn een beperkt onslagen gevallen maar we hebben bij meerdere medewerkers tijdelijke contracten niet verlengd om zo de medewerkers met vaste contracten niet te hoeven ontslaan of urenverminderingen door te voeren.

