

Intermediair Atir gaat tevredenheid schoonmaakmedewerker meten

De schoonmaakmarkt is nog steeds een verdringingsmarkt. Met de start van de commissie Code Goed Opdrachtgeverschap blijkt de wil om te komen tot een juiste prijs-kwaliteitverhouding er bij alle partijen wel degelijk te zijn. We spraken erover bij intermediair Atir. Hoe nemen zij hun verantwoordelijkheid?

Er is ontzettend veel te doen over de relatie schoonmaakbedrijf-intermediair-opdrachtgever. Hoe kan het toch dat we wel allemaal willen dat iedereen tevreden is, schoonmakers onder de juiste omstandigheden hun werk kunnen doen en de kwaliteit is zoals beloofd; maar dat het maar niet lijkt te lukken? Is het een kwestie van één schaap over de dam, waarna de rest zal volgen?

Hayk Simons, directeur van Atir/HTC en Margriet van Dijken, commercieel directeur van Atir, willen hun verantwoordelijkheid nemen en reageren op een aantal stellingen.

Stelling:

Open vragen maken het verschil bij Europese aanbestedingen

Van Dijken: 'De afgelopen jaren was het een uitdaging om de balans te vinden in de Europese regelgeving en de wens van onze opdrachtgevers om tot scher-

pe, maar gezonde schoonmaakcontracten te komen. Schoonmaakbedrijven moeten zich kunnen onderscheiden, maar juist de vele regels om tot een meetbaar en transparant contract te komen beperken dit.' Simons: 'Door de hevige concurrentie en het feit dat er hoge verwachtingen worden gewekt, loopt dat wat wordt aangeboden soms ver uiteen van wat er werkelijk wordt geleverd. Het lijkt inmiddels onderdeel van de cultuur in de schoonmaakbranche. Een zeer ongewenst effect.

'We zien gelukkig ook dat bij opdrachtgevers het risico mijden – zorgen dat we niet voor de rechtbank komen – weer plaatsmaakt voor durf; de grenzen worden opgezocht. Atir stimuleert dit zonder de regelgeving uit het oog te verliezen. Ook wij willen een rechtszaak voorkomen.'

Van Dijken: 'Wij zijn er voorstander van om open vragen op te nemen in het bestek. Dit hoeft juridisch geen problemen te geven als de aanpak maar helder

is omschreven. Het geeft de gelegenheid om specifieke thema's die spelen bij de opdrachtgever verder uit te diepen en je als schoonmaakbedrijf te profileren. Bijvoorbeeld hoe het de kwaliteit borgt, of hoe het de flexibiliteit en gevraagde service garandeert. Daarmee gaat het niet alleen om het doorlopen van de procedure maar kun je als intermediair je meerwaarde tonen door op maat te adviseren.'

Simons: 'Door de bundeling van opdrachtgevers, werkgevers, bonden en intermediairs in de commissie Code Goed Opdrachtgeverschap zal de kwaliteit van de aanbestedingsprocedures sowieso verder toenemen en zullen er weer gezonde contracten tot stand komen.'

Stelling:

De Europese aanbesteding is een kat-en-muis spel

Simons: 'Zo zou je het inderdaad kunnen zeggen. Uit recent onderzoek van Twijn-



Margriet van Dijken, commercieel directeur Atir: 'Contractduur is van grote invloed op de kwaliteit en kwaliteitbeleving van de schoonmaak'

stra Gudde blijkt dat 85 procent van de facility managers wordt geacht om zo'n 10 procent te bezuinigen, terwijl schoonmaakbedrijven juist ambities hebben om meer om te zetten.

'Schoonmaakbedrijven zijn logischerwijze op zoek naar rendement en willen contracten scoren. Opdrachtgevers willen wel het hele pakket, maar hebben een beperkt budget. Zo kan het dat schoonmaakbedrijven bij een Europese aanbesteding diensten aanbieden die in de praktijk tegen die prijs niet te leveren zijn. Helaas constateren wij nu dat verwachtingen van de opdrachtgever waar het de kwaliteit betreft regelmatig niet worden waargemaakt.'

Van Dijken: 'De opdrachtgever vraagt alles, de schoonmaakleverancier biedt alles en de controle is vervolgens minimaal. Dit komt te vaak voor. Het heeft allemaal te maken met verwachtingen. Als je onrealistische afspraken maakt, zullen die niet worden nagekomen, blijkt

keer op keer. Als we hier in de branche mee doorgaan, komt de omzet nog verder onder druk. Het is een ontwikkeling die niemand wil. En de intermediair zit hier ook niet op te wachten. Een realistisch haalbaar en meetbaar schoonmaakcontract blijft de beste basis voor kwaliteit. Om deze toegevoegde waarde te bieden aan onze opdrachtgever blijven wij ons ontwikkelen en blijven wij "spelen" met de juridische kaders. Met het doel: het verkrijgen van een optimaal schoonmaakcontract en het ook daadwerkelijk geleverd krijgen.'

Simons: 'Een goede intermediair wijst de opdrachtgever ook op het realisme van de gewenste kwaliteit ten opzichte van het beschikbare budget. De code benadrukt deze adviesrol. Wij moeten de verwachtingen duidelijk krijgen van de opdrachtgever en deze vertalen naar kwalitatief goede bestekken. De doelstellingen van opdrachtgever en opdrachtnemer zijn immers vaak hetzelfde.'

Stelling:

De Europese aanbesteding streeft zijn doel voorbij

Simons: 'Ik durf wel te stellen dat de Europese aanbesteding haar doel voorbij streeft. In ieder geval hetgeen de overheid heeft beoogd – eerlijke kansen voor iedereen – gebeurt in de praktijk onvoldoende. Het gaat doorgaans om een strijd tussen de grote schoonmaakbedrijven. Kleinere bedrijven schrijven soms niet eens meer in en ervaren een oneerlijke concurrentie. Zij beschikken niet over het commerciële apparaat waarover de grote leveranciers wel beschikken.

'Een andere ongewenste ontwikkeling is dat contracten na een contractperiode bijna per definitie overgaan naar een ander schoonmaakbedrijf. Terwijl het zittende schoonmaakbedrijf juist het beste op de hoogte zou moeten zijn van de situatie en daarmee misschien zelfs beter in staat zou moeten zijn om het juiste voorstel te doen.'



Hayk Simons, directeur van Atir/HTC: 'Met het meten van de tevredenheid van de schoonmaakmedewerker, komen wij op voor hun belangen'

Van Dijken: 'Contractduur is van grote invloed op de kwaliteit en kwaliteitbeleving van de schoonmaak. Die is nu in de praktijk veel te kort, terwijl de intentie anders was. Nu worden optiejaren regelmatig niet benut; soms door onvrede over de contractuitvoering, maar zelfs als de opdrachtgever wel content is geldt dat in 85 procent van de gevallen het contract bij een nieuwe aanbesteding wordt gegund aan een andere partij. Bij korte contracten wordt niet geprofiteerd van investeringsbereidheid.'

Tot zover de stellingen. Wat te doen?

Simons: 'Wij willen deze spiraal doorbreken en zijn bezig met aanpassingen in onze aanbestedingssystematiek en bestekken. Ik kan daar nog niet te veel over zeggen, maar onderdeel ervan is dat als afspraken niet worden nagekomen of

prestaties niet worden behaald, er voor dat gedeelte ook niet wordt betaald. Daar staat tegenover dat wij ook zullen bewaken dat opdrachtgevers geen onrealistische eisen stellen.

'Maar met een gezond contract alleen zijn we er nog niet. Het monitoren van de performance is minstens zo belangrijk, niet alleen op technische kwaliteit; de beleving van de schoonmaakkwaliteit is tegenwoordig minstens zo belangrijk. Bovendien gaan wij binnenkort ook de tevredenheid van de schoonmaakmedewerker toetsen. Om dat als intermediair te doen, is helemaal nieuw. We komen hiermee heel direct op voor hun belangen. Uiteindelijk draagt dit hopelijk bij aan betere omstandigheden voor iedereen en aan een beter imago.'

Van Dijken: 'Om het contract te monitoren hebben we een contractsupportprogram-

ma ontwikkeld met kritische prestatie indicatoren. Het doel is het realiseren en verbeteren van de prestaties van de leverancier zodat het vereiste vastgestelde resultaat van schoonmaken voor de opdrachtgever wordt behaald. Het contractsupportprogramma wordt op maat gemaakt en meet ook de beleving. Voor facility managers een bekend fenomeen.' Simons: 'Maar ook wij worden straks gecontroleerd. De Vereniging van Schoonmaakmakelaars (VMS) ontwikkelt een methode om de intermediairs te controleren op naleving van de code. Goede intermediairs zullen zich zo onderscheiden. Nu al zie je dat diverse intermediairs die nog geen lid zijn zich aansluiten bij VMS. Het imago van de schoonmaakbranche moet omhoog en daar hoort dat van de intermediairs ook bij.'

