

1 De INSPIRATIE

Schoon. Voor elkaar! Magazine 2024



Inhoudsopgave



3
Laetitia Simonis
Algemeen directeur 1nergiek



49
Martine van der Graaf & Joost Comes
Operationeel Managers bij 1nergiek



9
Paul Broekhoff
Zakelijk directeur bij Kunstmuseum Den Haag



55
Carlos Machado de Oliveira
Facilities Manager van Versuni



15
Charlotte Brouwers
Accountmanager BeNeLux WEPA Professional



59
Liselot Bocxe
Office manager bij 1nergiek



19
Stefanie Stam
Directeur Qambium



63
Renno Guitjens
Sales manager bij Werner & Mertz Nederland



23
Henk Appels
Building Manager van het Atrium



67
Annabelle Birnie
Directeur HÖART Museum en de Nieuwe Kerk



27
Roland Wink
Directeur Hijman Schoonmaakartikelen



73
Guido Wajer
Kwaliteitsmanager bij 1nergiek



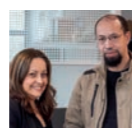
31
Eddy Tempelaars
Key Accountmanager & Relatiebeheer bij 1nergiek



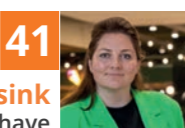
79
Harriet Butter
Senior manager Workplace Management Schiphol



37
Tom Egberink
Topsporter rolstoeltennis



85
Abdelouahed Abdechchak en Eleonora Castelli
Rayonmanager & Ambulant Objectleider bij 1nergiek



41
Tessa Morsink
Asset-manager bij Wereldhave



89
MSN
Milieu Service Nederland



45
Udo Wetzel
Accountmanager bij Hazet



91
Han Mesters
Sector Banker Zakelijke dienstverlening

Uitgever:
Trust Media Partners BV
Hoefweg 205 B
2665 LB Bleiswijk

In opdracht van:
1nergiek BV.

**Coördinatie, redactie
& interviews:**
Bart Bakker

Fotografie:
o.a. Henk Snaterse

Eindredactie:
Laetitia Simonis

Opmaak:
Michel Boger

Drukwerk:
MB Online Diensten

Met bronvermelding kunt u de informatie uit de 1NSPIRATIE voor uw eigen kanalen gebruiken. Op de fotografie heerst auteursrechten. Een speciaal dankwoord aan alle betrokkenen die aan deze uitgave hebben meegewerkt.

Wilt u extra exemplaren van de 1NSPIRATIE ontvangen? Mail dan naar service@1nergiek.nl of bel naar 088 - 235 83 42.

De 1NSPIRATIE is een bedrijfsmagazine van 1nergiek. Waarom de naam 1NSPIRATIE?

Inspireren betekent iemand enthousiast maken en in dit geval over schoonmaakdienstverlening. Een bijzondere, belangrijke en zeker ook maatschappelijk verantwoorde bedrijfstak. We hebben op een unieke manier een bundeling gemaakt van verhalen van een aantal van onze opdrachtgevers, leveranciers en collega's. Tevens krijgen twee visionairs het woord.

Ieder met zijn/haar eigen persoonlijke drijfveren en enthousiasme. Hoe inspirerend is dat?

Wie is 1nergiek?

1nergiek is een veelzijdige facilitaire partner die actief is in diverse sectoren, waaronder zakelijke dienstverlening, hotels, de culturele sector, winkelcentra, zorg en scholen. Met ruim 500 schooncollega's zijn we een middelgrote speler op de zakelijke schoonmaakmarkt. Onze schooncollega's vormen dé kritische succesfactor en zijn het visitekaartje richting de eindgebruikers. Met een flexibele en proactieve werkhouding, oog voor veiligheid én zichtbaar werkplezier, zijn ze gewend om in te spelen op de behoeften van verschillende omgevingen en evenementen. Hierbij houden we rekening met de wensen van eindgebruikers, medewerkers en bezoekers in elk gebouw van onze opdrachtgevers.

Leverancier van welzijn binnen de werkomgeving van onze opdrachtgevers

Bij 1nergiek staan kwaliteit, veiligheid, servicegerichtheid en flexibiliteit centraal. Onder leiding van gekwalificeerde en ervaren leidinggevenden werken onze schooncollega's dagelijks aan het bieden van een hoogwaardige technische en belevingskwaliteit. Onze dienstverlening is altijd ondersteunend aan het primaire proces van onze opdrachtgevers en wordt uitgevoerd met oog voor de afgesproken kwaliteit.

Bij 1nergiek geloven we sterk in de kracht van aandacht voor mens en welzijn. Daarom gaan we verder dan alleen schoonmaken. Onze schooncollega's werken nauw samen met de opdrachtgever en haar medewerkers, met als doel het creëren van één team. Samen streven we ernaar om een prettige en inspirerende omgeving te bieden voor werken, winkelen, leren en recreëren. Ons motto 'Schoon. Voor elkaar!' benadrukt onze focus op het welzijn van zowel onze medewerkers als onze opdrachtgevers. Door onze schooncollega's centraal te stellen, zorgen we voor een hogere betrokkenheid en een betere dienstverlening. We geloven dat dit de basis vormt voor langdurige relaties en succesvolle partnerschappen, waarbij het creëren van een positieve en gastvrije omgeving voor iedereen centraal staat.

Onze experts faciliteren een schone, gezonde, veilige, gastvrije en efficiënte werk- en leefomgeving.



1nergiek verzorgt de volgende diensten:

Regulier schoonmaakonderhoud

Specialistische Reiniging

- Glasbewassing
- Gevelreiniging en -onderhoud
- Graffiti verwijderen
- Specialistisch vloeronderhoud
- Reinigen raambekleding
- Dieptereiniging keuken en sanitair
- Verbouwings- en verhuizingsoplevering en inhuur schoonmaakwerkzaamheden
- Roltrapreiniging
- Zonnepanelenreiniging
- Computerreiniging
- Calamiteitendienst

Welzijn, vitaliteit

- Werkplekhygiëne
- Licht- en luchtmetingen, advies
- (Kantoor)groen, terreinonderhoud
- Sanitaire voorzieningen, zowel dispensers als verbruiksartikelen
- Afvalmanagement

Bemensing

- Receptie/facility host
- Huismeesters
- Handyman (klein onderhoud, interne verhuizingen)

Laetitia Simonis

Algemeen directeur van 1nergiek

'Succes begint altijd op de werkvloer'

Laetitia Simonis (53) is sinds 2 januari 2020 algemeen directeur van 1nergiek. In een uitgebreid interview met journalist Bart Bakker gaat zij in op 1nergiek, de opdrachtgevers, de branche, de mensen en haar drive.

"Onze bedrijfsdoelstelling is om over drie jaar een autonome groei naar 30 miljoen euro te hebben doorgemaakt. Tevens streven we naar een verdubbeling van het aantal schooncollega's, en dan bedoel ik veruit het grootste deel met 'eigen bemanning'. Kortom, vanuit je eigen kracht als een succesvolle onderneming opereren. Hierbij dient altijd het werkgeluk bovenaan te staan. Het moet zo zijn dat het iedere dag een feestje is en dat iedereen met plezier naar zijn werk gaat. Als we dit voor elkaar krijgen, dan kunnen we de hele wereld aan".

Hoe creëer je op alle fronten werkgeluk?

"Door altijd ervoor te zorgen dat we met elkaar willen samenwerken en elkaar daarin succes en aandacht gunnen. Hiervoor hebben we heel hard aan een cultuur gewerkt met een fysieke en mentale veilige werkomgeving waar elke dag leren normaal is. Je mag alles vragen, je mag het niet eens zijn met iemand en uitleggen waarom en we moeten elkaar de ruimte geven om fouten te mogen maken. Dit is de enige manier om ieders creativiteit en ondernemerschap aan te spreken".

"Het klinkt heel makkelijk als je het zo zegt maar het is elke dag keihard werken voor iedereen; niemand uitgesloten".

Meebewegen

"Tevens zijn we ons bewust als organisatie dat we juist het verschil kunnen maken door in de, in mijn optiek, traditionele schoonmaakbranche continu mee te bewegen met alle ontwikkelingen bij onze opdrachtgevers en haar gebouwgebruikers. Want de markt en de



maatschappij evolueren en beïnvloeden elkaar, en dat moet je bewust zien, begrijpen en continu over beslissen waar je als 1nergiek wel en niet aan mee wil doen. We geloven in onze eigen kracht en die spreekt aan”.

“Ok, we hoeven bijna nooit ‘nee’ te verkopen omdat we creatief en gericht mee willen denken in mogelijkheden, maar je moet wel realistisch blijven. En ja, de arbeidsmarktkrapte, in combinatie met steeds mondigere opdrachtgevers met hoge verwachtingen zijn absolute “eye openers” als je pretendeert hoge kwaliteit, slagkracht, flexibiliteit, korte lijnen en te kunnen denken in mogelijkheden. Door juist vast te houden aan onze principes en de verwachtingen bij de opdrachtgever daarover helder te managen, zijn we in staat om onze schooncollega’s te laten “shinen” op hun werkplek”.

Heeft 1nergiek een bepaald segment opdrachtgevers?

“Ik blijf me verwonderen dat we uit ons netwerk regelmatig benaderd worden door potentiële opdrachtgevers of dat voormalige opdrachtgevers toch weer bij ons aankloppen. Daar zijn we oprecht trots op als team. Dat is én blijft de beste reclame die je kunt krijgen. Werkgeluk wordt zeker ook gevoed door bewust te kiezen voor de opdrachtgevers die bij ons passen én andersom. Die klik dient er te zijn, anders kunnen we niet optimaal presteren. Onze schooncollega’s moeten niet worden gezien (en dus behandeld) als sec kostenpost; we zijn met onze dienstverlening van toegevoegde waarde”.

“Dat houdt dus ook in dat we niet met elk offertetraject meedoen. Je moet trouw blijven aan het 1nergiek-dna; hoe verleidelijk het soms is”.



“We geloven in onze eigen kracht”

Langdurige relatie

Het merendeel van de contracten zijn langdurige samenwerkingen (denk aan contracten van 10 tot 20 jaar met een uitschieter naar 44 jaar!”

“1nergiek opereert met name in de zakelijke dienstverlening, culturele sector, hotels, winkelcentra, basisonderwijs, vastgoedbedrijven en de zorg. We koesteren onze relaties omdat we altijd voor de lange termijn willen gaan en dus een vertrouwensband hebben opgebouwd. En natuurlijk maken wij ook fouten en is het van beide kanten geven en nemen, maar met wederzijds respect kom je er altijd weer uit. Je moet elke dag aan die relatie werken; net als in je privé-leven”.

Veel bedrijven en organisaties doen aan aanbestedingen. Hoe kijk jij hiernaar?

“Helaas komt het voor dat we opdrachtgevers kwijtraken door aanbestedingstrajecten terwijl de contactpersonen lovend zijn over de samenwerking en er niets is aan te merken op de kwaliteit. Het is eigenlijk net als bij beleggen: behaalde resultaten in het verleden bieden helaas geen garantie voor de toekomst. Leg dat maar eens uit aan je team met loyale en hardwerkende schooncollega’s. Wij weten wat kwaliteit werkelijk kost en houden daar trouw aan vast. En ja, er zijn altijd collega-bedrijven die vinden dat het goedkoper kan. Als er dus puur naar de prijs wordt gekeken, dan is dat bijzonder teleurstellend. Maar dat is het spel en dus moeten we ook met dit verlies om kunnen gaan. Zelf kan ik er echt een slechte dag van hebben. Vooral als we daar al jaren werkzaam zijn. Maar de volgende dag gaan we weer met goede moed er tegenaan”.

“Gelukkig zien steeds meer opdrachtgevers in dat ‘voor een dubbeltje op de eerste rij’, ook ‘kwaliteit voor een dubbeltje op de eerste rij’ betekent. Dat is vaak in ons voordeel. Men begrijpt steeds beter dat schoonmaakdienstverlening van toegevoegde waarde is voor de werkomgeving en dus het functioneren van hun eigen personeel. Het belang van een schone, hygiënische en veilige (werk)omgeving wordt steeds meer ingezien en dat is fijn voor het beeld over de schoonmaak”.

Partnership

Lachend vertelt ze: “Kortom, ga vooral met 1nergiek een partnership aan. We zijn een enthousiaste en flexibele mensenorganisatie waar onze schooncollega’s ons succes zijn. En onze intentie is naadloos willen aansluiten met onze dienstverlening op de bedrijfsvoering van de opdrachtgever richting zijn gebouwgebruikers en vooral weten wat hem/haar dagelijks beweegt. Als je dit prettig vindt, dan betaal je nooit teveel. Want de samenwerking is op basis van wederzijds respect, elkaar aanspreken en verbeteren en vertrouwen geven. Als onze opdrachtgever realiseert dat ook onze schooncollega’s weleens een “mindere dag” kunnen hebben of zelfs fouten kunnen maken en daarin toch wil meebewegen, dan ontstaat er een duurzame relatie”.

“Voor ons betekent dat ook dat we willen meebewegen in goede en slechte tijden. Als een opdrachtgever minder budget tot zijn beschikking heeft door mindere bedrijfs-



Trots op onze relaties

“We zijn een enthousiaste en flexibele mensenorganisatie waar onze schooncollega’s ons succes zijn”

resultaten, dan denken we daar op zo’n moment graag in mee hoe we kunnen helpen”.

Enthousiast vertelt Laetitia: “In de corona-periode hebben we in goed overleg bij zo’n 183 opdrachtgevers afgeschaald en onze dienstverlening anders ingevuld. Dat is niet niets! Wat ons dat heeft gebracht? Dat we geen afscheid hebben hoeven nemen van onze schooncollega’s en dat er in de hele klantenportefeuille misschien vier opdrachtgevers weggevallen waren en daarvan gingen er twee failliet”.

Zijn er regelmatig spanningsvelden als het gaat om de prijs?

“Sommige offertes worden helaas een prijzenslag, waardoor we afhaken. Ik wil daar simpelweg niet aan meedoen. 1nergiek staat te boek als een ‘high end’ schoonmaakbedrijf dat bijzonder veel aandacht geeft aan haar personeel. Dat imago wil ik behouden, want we ervaren dit allemaal als een compliment. De schooncollega’s staan centraal, altijd. Ons succes begint tenslotte op de werkvloer. Ik kan honderd verkooppraatjes houden, maar het gaat om wat onze schooncollega’s elke dag bij de opdrachtgever laten zien en ervaren”.

Als de werkplekken goed worden schoongehouden, dan ervaren werkgevers dat er meer focus op hun werk is en minder ziekteverzuim?

“Klopt. Werkgevers begrijpen steeds meer dat onze dienstverlening van toegevoegde waarde kan zijn

op de beleving bij en de productiviteit van hun eigen medewerkers. Een schone en veilige werkplek zorgt voor werkplezier, een welkom gevoel en minder ziekteverzuim. De opdrachtgever die dit begrijpt betaalt dus nooit teveel”.

Platte organisatie?

“Bij 1nergiek heeft een rayonmanager of de ambulant objectleider al verregaande bevoegdheden om zelf te kunnen schakelen, of om op aanvullende wensen van de opdrachtgever in te gaan. Door dat gedrag te stimuleren gaan ze hun werk sneller als hun “eigen winkel” zien en dat geeft een goed gevoel en eigenwaarde. En dat geldt eigenlijk voor iedereen in de operationele leiding of de collega’s op kantoor. En ja, van minder slimme beslissingen leer je juist! Het hoort er bij en soms laat ik het ook bewust gebeuren. Het is juist gaaf om te zien dat ze ervan leren. De beste leerschool want ze hebben het zelf ervaren en begrepen”.

“Bij veel andere bedrijven ligt de beslissingsbevoegdheid hoog in de organisatie en moet je eerst door verschillende managementlagen. Hierdoor duurt het nemen van beslissingen vaak langer of stagneert het. Dat werkt teleurstellend en opdrachtgevers willen dat niet”.

“Dit is bij ons niet het geval. Laetitia voegt daar lachend aan toe: “Daarbij is iedereen binnen 1nergiek benaderbaar dus als ze willen kunnen ze ook altijd bij mij aankloppen met een vraag. Dat is tenslotte toch ook mijn werk?”.

Waarom werken bij 1nergiek?

“Ons enthousiasme en openheid geven vertrouwen. We proberen altijd zo eerlijk mogelijk te zijn over een functie. Dat werkt aanstekelijk. Er hangt bij 1nergiek een warme en open werksfeer. Zowel op de objecten als op kantoor. Ook is er ruimte voor humor en gezelligheid. Doordat we zo'n platte organisatie hebben, schermen we niet met functies om elkaar de loef af te steken. Insteek van ons succes is ook dat de operationele leiding en de kantoorcollega's op één lijn zitten en even belangrijk zijn. Samenwerken en elkaar oprecht helpen zijn de sleutelwoorden waardoor iedereen in zijn kracht kan zitten. Bij 1nergiek mag je overigens ook kritiek hebben. Ik zeg altijd dat ook ik het fout kan hebben en erken direct als je een gat in mijn overtuiging schiet. Dat vind ik echt een sport, want andersom mag ik het ook”.

“Salaris mag niet het breekpunt zijn om van baan te veranderen of de stimulans om bij ons te komen werken. Het gaat om oprechte aandacht, waardering, een attente leidinggevende, een fijne open werksfeer, opleidings- en doorgroeimogelijkheden”.



Laetitia voegt daaraan toe: “we kijken zelfs veel meer naar de persoon als mens of je een 1nergiker kunt zijn, dan wat je allemaal gestudeerd hebt of welke functies je hebt vervuld! De overtuiging is dat inzet, leergierigheid, kwetsbaar opstellen en motivatie je uiteindelijk verder brengen dan diploma's en werkervaring. Dan kun je het ook langer volhouden; zelfs tot aan je pensioen. Daar hebben we genoeg voorbeelden van rondlopen”.

Wat houdt de Clean Miles-actie precies in?

“Deze actie heb ik binnen de schoonmaak reeds in 2008 bedacht. In de zomer is er regelmatig een personeels-tekort, omdat veel mensen op hetzelfde moment op vakantie gaan. Opdrachtgevers merken dat hun 'vaste'



“Ook de feestdagen bij 1nergiek zijn een gezellige boel”

schooncollega niet komt opdagen en ze worden onrustig. Inzet van uitzendkrachten brengt risico's met zich mee. Denk aan hoge verwachtingen, komen ze op tijd of komen ze überhaupt? Hogere kosten en het is geen 1nergiker. Ofwel ook voor de leiding extra stress, maar ook voor de achterblijvende schooncollega's als ze in een team werken. De oplossing? De schooncollega's die niet op vakantie gaan, mogen in een periode van twaalf weken zoveel werken als ze willen”.

“Al is het 60 uur in de week. Alle uren die ze extra werken boven hun normale contracturen krijgen ze vanzelfsprekend betaald, en elk uur telt ook voor een zogeheten 'Clean Mile'. Na die twaalf weken tellen we de 'Clean Miles' op. Heb je 100 uur extra gewerkt, dan krijg je voor € 100 aan cadeaubonnen. De achterliggende gedachte hiervan is dat als je dit bedrag bij je gewone salaris krijgt het eigenlijk in de huishoudportemonnee verdwijnt en je het dus niet 'ziet”.

“Deze cadeaubonnen worden aan specifieke activiteiten besteed (kaartjes voor een pretpark of er worden speciale apparaten voor in huis gekocht). Deze manier van werken zorgt ervoor dat de uren van de vakantievierende collega's wordt ingevuld door eigen schooncollega's die gemotiveerd iets extra's willen verdienen. Dit resulteert in tevreden opdrachtgevers en de collega die terugkomt van vakantie vindt een opgeruimde en schone werkplek. En wij besparen ons 'dure' en vaak minder gemotiveerde uitzendkrachten. Kortom, op verschillende fronten ontstaat een 'win-win situatie'. Vorig jaar zomer hebben we voor ruim 10.000 (!) uren aan Clean Miles uitgekeerd. Schitterend toch?”.



Collega's van 1nergiek komen graag naar kantoor. Is dat een goed teken?

“Jazeker, dit heeft met de prettige werksfeer te maken. Voor mij een belangrijk signaal dat de collega's plezier hebben in hun werk en het naar hun zin hebben. En de momenten om met elkaar in gesprek te zijn en elkaar te helpen. Collegialiteit en verbinding. In ons werk is dat van wezenlijk belang en dat realiseren we ons ook. Voor de operationele leiding is het normaal dat ze werken waar ze willen, maar ze zoeken wel elkaar én de collega's van kantoor op. Thuiswerken is bij ons dus alleen als je zelf vindt dat het nodig is. Daarbij geldt voor mij ook dat de resultaten belangrijk zijn, niet de hoeveelheid tijd die je op kantoor doorbrengt; kwaliteit en gezelligheid boven kwantiteit. Je bent zelf verantwoordelijk voor je werk en de afspraken die je hebt gemaakt”.

“Dus ja, wij lunchen samen en wij hebben elke vrijdag ook een vrijdagmiddagborrel waar we gezellig de week doornemen, vertellen wat we het weekend gaan doen, stoom kunnen afblazen en veel lachen om en met elkaar”.

Wat is jouw boodschap aan de branchecollega's?

“Blijf altijd van je eigen kracht uitgaan en dicht bij jezelf. Fouten maken is leerzaam en laat je groeien en vestig vooral de aandacht op de goede voorbeelden en neem

die over. Stap af van het geijkte gedrag in onze branche, namelijk: afstraffen of alleen aandacht vestigen op wat er niet goed gaat en vooral blijven doen wat je altijd al deed. Dat is in een notendop mijn boodschap”.

Wil je nog wat zeggen tegen de eigenaar Peter Bleeker?

“Ik ben Peter bijzonder dankbaar dat hij het vertrouwen geeft aan zo'n vreemde vogel als ik en vlieg ruimte biedt, waardoor ik prachtig kan blijven rondfladderen. Natuurlijk zijn er regels, procedures en staat de continuïteit voorop, maar zo voelt het niet. Ik heb bewegingsruimte nodig om op mijn manier out-of-the-box te zijn. Naarmate ik ouder word, heb ik wel gemerkt dat ik ook wat wil bijdragen aan de schoonmaakbranche en de maatschappij. Dit resulteert in energie en tijd steken in het bestuur van de brancheorganisatie SIEV, als commissielid in twee commissies van de Codekamer Schoonmaak en Glazenwassers en in de centrale en lokale cliëntenraad van de Stichting Saamborgh. Kortom, Peter geeft me het vertrouwen in wie ik ben en wat ik doe. Hij weet dat 1nergiek voor mij dé werkplek is waar ik thuishoor”.

Enthousiast vertelt ze nog over een toepasselijk slogan in het kader van Internationale vrouwendag: “Er zijn meer Nederlandse ceo's die Peter heten dan directeuren die vrouw zijn. Nou, dat gaat niet op bij 1nergiek want dankzij Peter ben ik het sprekende voorbeeld”.

Paul Broekhoff

Zakelijk directeur
Kunstmuseum Den Haag



'Schoonmaak is onderdeel van de gastvrijheid'

Het Haags Kunstmuseum (voorheen bekend als het Gemeentemuseum Den Haag) is een museum gevestigd aan de Haagse Stadhouderslaan 41. Er is een uitgebreide collectie te bewonderen van moderne en hedendaagse kunst, design, toegepaste kunst en mode. Het is opgericht in 1866 en heeft sindsdien een belangrijke rol gespeeld in het tonen van Nederlandse en internationale kunst en heeft een wereldwijde bekendheid.

Het museum heeft werken van bekende kunstenaars zoals Piet Mondriaan, Vincent van Gogh, Louise Bourgeois, Charley Toorop, Pablo Picasso, Wassily Kandinsky en vele anderen. Naast de vaste collectie organiseert het Kunstmuseum regelmatig tijdelijke tentoonstellingen en evenementen.



Kunstmuseum Den Haag is één van de belangrijkste musea van Nederland en trekt jaarlijks vele bezoekers. Het is gevestigd in een iconisch gebouw ontworpen door de Nederlandse architect H.P. Berlage en is een bijzondere locatie voor kunstliefhebbers.

In het museum staan voorwerpen en hangen schilderijen van een grote kapitaalkrachtige waarde. Hier bevinden zich ruim 170.000 objecten waarvan een groot deel in depot staat. Voor de schoonmakers is het ook altijd belangrijk dat ze op de hoogte zijn welke tentoonstellingen er zijn, wanneer zalen opnieuw ingericht worden en waar ze dus rekening mee moeten houden wat betreft de schoonmaakdienstverlening.

1nergiek is al een aantal jaren de vaste schoonmaakdienstverlener voor het Kunstmuseum, waar jaarlijks zo'n 430.000 bezoekers langs komen. "We hadden ook jaren dat er 600.000 bezoekers kwamen", aldus Paul Broekhoff, de zakelijk directeur van het museum. "Bij piekmomenten is het in het museum soms schipperen. Je hebt er weliswaar dagen bij van 600 bezoekers. Maar zijn er ook dagen dat er circa 4.000 mensen komen. Dan begint het hier best krap te worden, want het is een oud gebouw".

"Alles wat je doet, heeft zijn beperkingen. Dit betekent bijvoorbeeld dat onze toiletten de bouwnormen van 1935 hebben. We weten allemaal dat schone toiletten van cruciaal belang zijn voor de beleving en de kwaliteitsindruk van het gebouw. Hier wordt dan ook veel aandacht aan besteed, zowel door ons als opdrachtgever als door onze uitvoerende schoonmaakpartij".

Aanbestedingen

Bij aanbestedingen kan een relatie opeens ten einde zijn. "Toen we zo'n traject ingingen, was het voor ons ook spannend", erkent Paul. "We waren weliswaar echt tevreden over 1nergiek, maar het balletje kan zomaar de andere kant opvallen. Aangezien ons schoonmaakcontract hoger is dan de Europese aanbestedingsgrenzen, zijn we hierdoor verplicht om het aan te besteden".

"Wat het ingewikkeld maakt, is dat een aanbesteding vooral een juridisch traject is. We laten ons daarom door een extern bureau begeleiden. Het gebeurt aan de hand van een strak beoordelingskader. Hier gaan een profiel en selectiecriteria aan vooraf. Je moet in zo'n traject meteen aan de voorkant alles helder bepalen, want als je het aan de voorkant goed doet, dan weet je dat er een



“Het vaste schoonmaakteam maakt de verwachtingen waar; dus voor ons als opdrachtgever is dat vertrouwd”

juiste en transparante keuze wordt gemaakt voor een dienstverlener die bij ons past en onze verwachtingen concreet realiseert. Dat is een spannend proces”.

“Wat het voor de bedrijven lastig maakt, is dat als een bedrijf de aanbesteding wint, het personeel moet worden overgenomen, terwijl die mensen juist aan hun huidige werkgever zijn gewend en het daar naar hun zin hebben”.

Verlengd

“We hebben met 1nergiek stilzwijgend verlengd”, vervolgt Paul. “Het is altijd goed om periodiek te evalueren en als de aanbesteding plaatsvindt meerdere bedrijven te selecteren die mee doen. We zijn in ieder geval tevreden over de samenwerking met 1nergiek en blij dat ze als beste uit de heraanbesteding kwamen”.

“Het vaste schoonmaakteam maakt de verwachtingen waar; dus voor ons als opdrachtgever is dat vertrouwd. Shanta is de voorvrouw vanuit 1nergiek. Zij is een bekend gezicht, is ingeburgerd in het reilen en zeilen en weet precies hoe alles hier werkt”.

Paul laat een foto zien van het kerstfeest van het museum van vorig jaar waar het schoonmaakteam van 1nergiek ook op is te bewonderen. “Ze horen erbij, want we vinden het belangrijk om de schoonmaakploeg onderdeel te laten zijn van onze hele organisatie”, zegt hij. “Het voelt voor zowel onze medewerkers als de vaste bezoekers van het museum fijn dat ze bij de schoonmaak dezelfde

gezichten zien. Als opdrachtgever wil je er geen omkijken naar hebben. Ze moeten autonoom en zelfstandig kunnen werken én dat doen ze”.

Onzichtbaar

Paul belicht desgevraagd hoe de schoonmakers van 1nergiek hiermee omgaan. “Een sterk punt is dat ze tijdens hun werkzaamheden vrijwel onzichtbaar zijn. Dat is een bijkomende kwaliteit, want onze gasten moeten enkel van de kunst genieten en niet voor een schoonmaker opzij hoeven gaan. Shanta voelt zich dan ook erg verantwoordelijk en realiseert zich hoe belangrijk het werk is van haar en haar team in het museum. Zij weet dat ze een grote en bepalende rol in de tevredenheid van de schoonmaak heeft en kan prima op alle situaties anticiperen. Daarnaast is het belangrijk dat men aanspreekbaar blijft. Zowel vanaf de werkvloer als het management. Maar ook dit soort zaken zijn aan 1nergiek prima toevertrouwd”.

Paul Broekhoff gaat vervolgens in op een aantal zaken als het schoonmaken in een museum, de branche, duurzaamheid, de energiekosten en het gebouw.

“Mensen zonder verstand van kunst denken: “een schilderij kun je toch met een doekje schoonmaken?”

“We vinden het belangrijk om de schoonmaakploeg onderdeel te laten zijn van onze hele organisatie”

“In ons museum wordt er tot 1 meter 80 schoongemaakt. Voor alles daar boven worden aparte opdrachten verleend en daarvoor heeft 1nergiek haar eigen team van Specialistisch Reinigers. Bij een aanbesteding wordt er daarom ook specifiek op de ervaring van een schoonmaakbedrijf in een museum gelet. Alleen hierdoor is het al een apart speelveld”. Paul lacht: “Je kunt overigens sowieso niet een schilderij dat aan de muur hangt even met een doekje schoonmaken”.

“Sterker nog, we hebben hier de Mondriaan-collectie hangen die een waarde van honderden miljoenen vertegenwoordigt. Ook zijn er diverse bijzondere en vaak ook kwetsbare voorwerpen die tientallen miljoenen waard zijn. Dit wordt echt door vakinhoudelijke specialisten gedaan”.

“Op de grond of bij de kozijnen zijn schoonmakers aan het werk en weten waar ze bezig mee zijn en kunnen bijzonder alert acteren. Zeker in deze museale omgeving van waardevolle schilderijen en kunstwerken moet je weten hoe je moet schoonmaken. Je kunt dit bijvoorbeeld niet met agressieve schoonmaakmiddelen doen. Maar juist ook het gedrag van de schoonmaker is belangrijk. Je moet wel weten hoe je je als schoonmaker dient te verplaatsen en daarbij hebben ze ook nog ‘oog voor

eventuele onveilige situaties’. Het publiek mag er geen last van hebben en discretie is in omstandigheden, zoals rondleidingen, met hoogwaardigheidsbekleders belangrijk. Kortom, er komt écht veel meer bij kijken om in het Haagse museum schoon te maken”.

Hoe kijk je zelf naar de schoonmaakbranche?

“Als je er in duikt, dan constateer je dat het een veel grotere industrie is dan men denkt. Het is fascinerend dat iedereen schoonmaken vanzelfsprekend vindt, maar als je er middenin zit, of er mee te maken krijgt, dan krijg je er veel respect voor”.

De energiecrisis heeft ook het Kunstmuseum geraakt?

“Dat is zacht uitgedrukt. Onze energierekening is extreem gestegen. Door de energiecrisis kregen we een ‘waaninnig’ probleem als je keek naar de kosten, want dit gebouw is niet geïsoleerd. Het bestaande glas mogen we niet laten vervangen voor dubbelglas vanwege de status van Rijksmonument; met alle gevolgen van dien”.

Gaan duurzaamheid en musea in oude gebouwen als in Den Haag dan nog wel samen?

“Duurzaamheid is sowieso voor de musea een discussie. Voor ons is het helemaal ingewikkeld, want het museum zit in een gebouw uit 1935 dat ook nog eens de status van een Rijksmonument heeft. Het is daarom geen



“We zijn zeker al geruime tijd bezig met een plan om het museum duurzamer te maken”

duurzaam gebouw. Zoals eerder al aangegeven hebben we nog enkel glas. En bij een stevige regenbui zijn we ook waakzaam voor lekkages. Aangezien de gemeente Den Haag eigenaar is van onze collecties en het gebouw, zijn we als huurder van hen afhankelijk”.



Paul Broekhoff en Margaret Bimpong

Hoe nu verder met het gebouw als men kijkt naar de duurzaamheid?

“We zijn zeker al geruime tijd bezig met een plan om het museum duurzamer te maken. Hiervoor gaan we eerst ambtelijk in gesprek, waarna de gemeenteraad en het College er ook iets van moeten gaan vinden.

Ze zullen hier een besluit over nemen, omdat het een gemeentelijke investering is. Duurzaamheid staat hoog in het vaandel bij de gemeente Den Haag. Ons museum is in een publieksenquête tenslotte wel uitgeroepen tot het op één na mooiste gebouw van Nederland en het mooiste gebouw van Zuid-Holland”.

Soms gebeuren er bijzondere dingen waarbij er naar de herkomst van een schilderij wordt gekeken?

“Zeker. Vorig jaar hadden we een zilveren bekerschroef uit de zeventiende eeuw. Uit onderzoek bleek dit uit de Joodse collectie van voor de Tweede Wereldoorlog te komen. Dat was ingewikkeld in verband met het oorlogsverleden. Op een gegeven moment gaat dat naar de restitutie-commissie die beoordeelt of het terug moet naar de rechtmatige eigenaar. In dit geval moest het terug, maar gelukkig waren we in staat om dankzij sponsors het terug te kopen. Het ging om een topstuk van een Haagse edelsmid. Aangezien het uit Den Haag afkomstig was, wilden er alles aan doen om het voor onze stad te behouden en dat is gelukt”.

Het kunstmuseum heeft ook een levendige businessclub?

“Onze Mondriaan Business Club organiseert themagerichte avonden, waar 1nergiek ook bij aanwezig

is. Deze Business Club is er voor elk bedrijf met hart voor cultuur én hart voor de stad Den Haag. Met een optimistische en ondernemende instelling helpen ze mee om een breed publiek onze indrukwekkende tentoonstellingen en bijzondere projecten te laten ontdekken”.

“Samenwerking met bedrijven versterkt het museum en is voor een ondernemer ook aantrekkelijk. Men associeert zich met een museum van wereldniveau, toont zijn sociale betrokkenheid en profiteert van een genereus pakket tegenprestaties. Zo kan men ook zijn zakenrelaties, medewerkers of de partners inspiratie bieden met bijzondere tentoonstellingen, rondleidingen en bijeenkomsten. Ik kan het echt iedereen aanraden, sowieso om ons museum eens te bekijken. Het is een inspirerende plek waar je ook volledig jezelf kunt zijn”.

Tot slot, heb je nog een boodschap voor de schoonmakers?

“We hebben veel respect voor hen. Het blijft knap hoe ze tussen alle dure kunstwerken met rondsloerend publiek in het gebouw kunnen schoonmaken. Schoonmaak is een wezenlijk onderdeel van onze gastvrijheid. Vanuit het museum trainen we onze medewerkers hierop en je merkt dat dit ook vanuit 1nergiek gebeurt. Een glimlach is tenslotte gratis en daar word je blij van”.



Charlotte Brouwers

Accountmanager
BeNeLux bij
WEPA Professional



'Hygiëne belangrijker dan het ooit was'

Als je door de supermarkt loopt, zie je verschillende soorten toiletpapier. Waarom neem je de ene wel en de ander niet? Waarom is het ene soort papier zachter dan de andere? Is het allemaal wel duurzaam? Wat is het verhaal hierachter?

Charlotte Brouwers (36) is accountmanager bij WEPA. De inwonster uit Geldermalsen richt zich vooral op de zakelijke markt. Zij geeft hierbij een kijkje in de wereld van onder andere het toiletpapier.

Energie

Charlotte deelt haar ervaring als het gaat om de relatie met 1nergiek. "De naam 1nergiek omschrijft het schoonmaakbedrijf heel goed, want ze komen ook bij mij over als een organisatie waar de energie vanaf bruist".

"Vooral als je kijkt hoe ze zich presenteren, contacten onderhouden en de schoonmakers hun werk doen", zegt ze. "Er gaat veel energie vanuit. Tevens heerst er een familiale laagdrempelige sfeer. Iedereen is toegankelijk en benaderbaar. Men ervaart dat je kunt zijn wie je bent en vooral mag zijn wie je bent".

"Maar de professionaliteit staat echt voorop. Het is zodoende mooi om deze combinatie te ervaren. Het schoonmaakwerk dat 1nergiek uitvoert, zijn niet zomaar objecten. Er komt zoveel meer bij kijken. Ook ik leer in dit opzicht regelmatig bij".

Centraal

Charlotte: "Schoonmakers moeten over het algemeen veel doen in een relatief korte tijd. Is dat een gezonde situatie? Een duurzamer personeelsbeleid zou goed zijn voor de branche. De schoonmaker dient centraal te staan. 1nergiek geeft hierin het goede voorbeeld. Je ziet dat mensen met enthousiasme hun werk doen. Er wordt door 1nergiek over veel zaken goed nagedacht. Ze onderscheiden zich niet alleen hiermee, maar ook door hun eigen persoonlijkheid. Mijn boodschap aan hen is om dit vast te houden. Blijf de organisatie die je nu bent en houdt de huidige bedrijfscultuur in stand".



Ondersteuning

"We bedienen de zakelijke markt via onze partners. Hierdoor komen we in contact met bedrijven als 1nergiek", vervolgt Charlotte. "Ons contact is ontstaan nadat 1nergiek ons vroeg of we ondersteuning op hun stand konden bieden op de Vakbeurs Facilitair & Gebouwbeheer. Want ze wilden heel graag met ons een duurzaam project gaan uitrollen op het gebied van de sanitaire dispensers en hygiënapapier van BlackSatino en dat mocht de hele wereld zien op hun stand. Ik heb daar twee- en een halve dag met hen doorgebracht. Vanaf het eerste moment was er sprake van een warm en prettig contact, waarbij de collega's van 1nergiek aangaven dat onze producten echt heel goed zouden aansluiten bij de beleving en het gebruik van hun opdrachtgevers. Maar ook dat WEPA als organisatie qua cultuur en manier van werken echt partners kunnen zijn". En zo is het allemaal begonnen...

Veelzijdig

Charlotte Brouwers heeft vervolgens een aantal trainingen bij 1nergiek gegeven aan de rayonmanagers. Tevens assisteerde ze bij een aantal opdrachtgevers. "Ik houd van mijn vak dat een veelzijdig karakter heeft", zegt Charlotte. "De ene dag heb ik een groep rayonmanagers voor een training tegenover me zitten; de andere dag geef ik rondleidingen in de fabriek. Het komt ook voor dat ik klachten oplos bij een relatie, een offerte uitbreng of ik begeleid de klant bij het gebruik van onze producten. Kortom, ik zorg dat de eindgebruiker blij is".





Aangenaam

Dankzij goede ideeën, veelzijdige oplossingen en door de kwaliteit van het toiletpapier van BlackSatino maakt WEPA het dagelijks leven volgens Charlotte aangenaam en hygiënisch. “Ook zorgt het voor meer duurzaamheid in de toiletruimte”, aldus Charlotte. “WEPA weet daarbij te overtuigen met knowhow en innovaties. Hun feeling voor zowel trends als de behoeften van onze gebruikers komt niet alleen in Nederland tot uiting, maar in heel Europa en is bijzonder inspirerend”.

Tendens

“WEPA is koploper op het gebied van duurzaamheid en circulariteit”, vertelt Charlotte. “Je ziet steeds meer

een tendens dat de zakelijke markt circulair moet gaan inkopen. Dit betekent dat de vraag naar dit soort producten groter wordt. Er is een wereld van verschil van de periode vóór en na corona. Hygiëne is belangrijker geworden dan het ooit was. Bedrijven willen daarom de sanitaire inrichting zo goed mogelijk aanpakken”. Toch is dit laatste volgens Charlotte verschillend per branche. “Er hangt nu eenmaal een ander prijskaartje aan een product dat duurzamer is geproduceerd dan een product van een goedkopere kwaliteit”, merkt ze op. “Sommige bedrijven willen wel maar kunnen niet mee. Alles is vaak ook budgetafhankelijk. Daar moet je dus ook rekening mee houden”.

Filosofie en olifantengras

Charlotte: “BlackSatino maakt toiletruimtes duurzaam en circulair. De meerwaarde begint met de grondstoffen die we hanteren om hygiënepapier te maken. Al onze producten zijn vrij van chemicaliën. We gebruiken duurzame, verantwoorde grondstoffen die meerdere

“De ecologische voetafdruk van Miscanthusvezels is 65% kleiner dan die van een gemiddelde primaire houtvezel”.

“Onze bedrijfsfilosofie is om alles op een duurzame manier te doen zodat we de aarde niet schaden. Dat geldt ook voor het gebruik van hulpstoffen. Denk hierbij aan het watergebruik, de inkoop van energie en het verwerken van CO2-uitstoot”.

Producent van toilethygiëne-oplossingen

WEPA is een papierfabriek en loopt voorop in het ontwikkelen van toilethygiëne-oplossingen die maximaal bijdragen aan een schonere wereld en een beter milieu. Hier vallen bijvoorbeeld toiletpapier, papieren handdoekjes en poetspapier onder. Voor de Consumententak produceert men private-labels in combinatie met eigen concepten.

Als deel van de WEPA groep, richt WEPA Professional zich op schoonmaakbedrijven als 1nergiek. “Onze concepten met dispensers en bijbehorende verbruiksmaterialen worden overal ingezet, waar gebruikers niet thuis zijn, zoals in scholen, restaurants of op het werk. WEPA is een familiebedrijf en kent vierduizend werknemers verdeeld over verschillende landen in Europa”, aldus Charlotte.



malen zijn gerecycled zoals kantoorpapier, papieren bekertjes, drinkpakken, etiketten van flessen en gebruikt handdoekpapier. Maar ook maken wij toiletpapier dat in Nederland is geproduceerd en dat deels van Miscanthus (olifantengras) is gemaakt. In samenwerking met een boerenbedrijf in Zeeland hebben we dit verwerkt tot onze nieuwe productlijn BlackSatino GreenGrow”.

Zes seconden

Voordat Charlotte bij WEPA kwam werken, kocht ze in de supermarkt altijd toiletpapier dat in de aanbieding was. “Ik dacht nooit na over het witte bleke papier dat schadelijke stoffen voor het milieu bevat”, erkent de Brabantse. “Er worden bomen voor gebruikt. Dit betekent dat een boom die dertig jaar groeit uiteindelijk voor toiletpapier wordt gekapt. Het gaat nota bene om papier dat we gemiddeld zes seconden in onze handen hebben. Tevens zijn de bedrukkingen zoals hondjes of teksten (inkt) onnodig want ze gebruiken hier schadelijke stoffen voor”.

Zacht

Maar toiletpapier dient toch vooral zacht te zijn? Dat is waar de consument naar kijkt. “Als er diverse lagen zijn, dan hoeft dit niet meteen te betekenen dat het

papier zachter is”, reageert Charlotte. “De zachtheid wordt gecreëerd door de (lange) vezels. Hoe langer de vezels, hoe meer lucht tussen de vezels en hoe zachter het papier”.

Duurzame relatie

1nergiek is druk doende om samen met Wepa al haar opdrachtgevers proberen te enthousiasmeren voor duurzaamheid en circulariteit in de “kleinste kamertjes”. En tot nu toe kan gesteld worden dat dit op rolletjes verloopt.

In een organisatie met 300 FTE's bespaart u jaarlijks meer dan 44.900 liter water en bijna 1.600 kg CO2 als u BlackSatino toiletpapier gebruikt.

Stefanie Stam

Anders(om) denker in HR
Directeur van Qambium

Anders(om) denken bij het vinden van talent

Laat hardnekkige denkbeelden los en ga anders(om) denken bij het vinden, verbinden én loslaten van talent. Die oproep doe ik in mijn boek 'Hoe dan?'. In dit artikel wil ik jullie graag meenemen in het onderdeel 'Vinden'. Een heikel thema, want vrijwel alle organisaties, groot of klein, hebben te maken met tekorten op de arbeidsmarkt.

Die grillige arbeidsmarkt vraagt natuurlijk om een onderscheidende aanpak op het vlak van recruitment. Toch blijven we vrijwel allemaal met dezelfde hengel en met hetzelfde aas in dezelfde vijver vissen. Zie jij dat het anders kan en moet? Dan nodig ik je van harte uit om verder te lezen.

Gluren bij de burens

Wat mij betreft begint een goede wervingsstrategie met kennis van de markt. Wie zijn je concurrenten op de arbeidsmarkt? Wat kun je van hen leren? Een vrij eenvoudige opdracht met veel impact. Want de informatie die je zoekt is vrijwel allemaal met een paar muisklikken beschikbaar. En met de informatie die je vindt, kun je bepalen wat wel en wat niet bij je organisatie past. Zijn de vacatures vindbaar, hoe ziet de "werken bij"-pagina eruit, hoe eenvoudig is het om te solliciteren? Het zijn slechts drie simpele vragen die een schat aan informatie opleveren.

De kracht van een authentiek verhaal

Heb je voldoende inspiratie opgedaan bij de burens? Dan is het tijd om aan je eigen presentatie te gaan werken. Het succes van je wervingsstrategie valt of staat met de boodschap waarmee je talent verleidt. Ga je met een dertien in een dozijn vacaturetekst vol jeukwoorden en holle frasen potentiële sollicitanten over de streep

trekken? Of ga je op zoek naar het échte verhaal. Het verhaal waarin jullie toekomstige collega zich direct herkent. Waarin jullie toekomstige collega precies dat leest wat hij of zij nu mist in de huidige functie. Of waarin jullie toekomstige collega de perfecte volgende carrièrestap herkent.

Vacatureteksten schrijf je niet voor de massa. De beste vacatureteksten zijn teksten die naadloos aansluiten op de wensen van enkelen. En om tot een perfecte vacaturetekst te komen, is de input van directe collega's van de toekomstige sollicitant een must. Want niemand kan beter vertellen waarom het werk bij jouw organisatie of op een specifieke afdeling zo fantastisch is dan je collega's zelf.

Een perfecte vacaturetekst mag uiteraard een mooi beeld schetsen, maar een perfecte vacaturetekst schetst vooral een realistisch beeld. Dat voorkomt dat sollicitanten na een paar maanden teleurgesteld naar een volgende

Qambium model





job hoppen, omdat de situatie op de werkvloer minder rooskleurig bleek dan in de vacaturetekst. En helaas, dit gebeurt maar al te vaak.

Daarnaast helpt een realistische vacaturetekst mee met de voorselectie. Verwacht minder sollicitanten, maar de sollicitanten die wel reageren zijn kwalitatief een stuk beter. Het klinkt vreemd, maar ook op dit vlak roep ik op om anders te kijken, te denken én te doen. Want ik kom nog te vaak leidinggevend tegen die ondanks het feit dat ze drie topkandidaten hebben, teleurgesteld zijn dat

ze niets te kiezen hebben, omdat er maar weinig mensen gereageerd hebben.

Latent werkzoekenden bereiken

Uit je vacaturetekst haal je ook je campagneboodschap. Ik adviseer altijd om de drie belangrijkste redenen waarom iemand bij jullie de volgende carrièrestap kan zetten uit te lichten. Deze informatie komt is direct van je collega's afkomstig. Ik kan tal van voorbeelden noemen hoe sollicitanten in hun motivatie precies één van die pijnpunten op kansen opnoemen als reden om een stap

te gaan zetten. Ondanks dat ze nog prima op hun plek zaten bij hun huidige werkgever.

Maar hoe bereik je die mensen die nog prima op hun plek zitten? Die struinen immers niet dagelijks de diverse jobboards af op zoek naar een nieuwe uitdaging waar ze feitelijk gezien nog helemaal niet mee bezig zijn. Adverteren op social media is het antwoord. Dankzij de enorme hoeveelheid data die platformen als LinkedIn en Meta van ons verzamelen, kun je als werkgever haast met laserprecisie bij exact de juiste doelgroep op de tijdlijn verschijnen. En let wel, dit zijn dus vooral mensen die latent werkzoekend zijn, niet actief. Maar aangezien zo'n 70 procent van de beroepsbevolking open staat voor een nieuwe uitdaging zonder actief op zoek te gaan, is dit de allerbeste manier om je vacature onder de aandacht te brengen.

De kans dat je campagne opvalt wordt aanzienlijk vergroot door het gebruik van in het oog springend beeldmateriaal. Video is altijd de beste keuze, maar stilstaand beeld kan uiteraard ook. Maar probeer weg te blijven van stock foto's of saaie afbeeldingen die niets toevoegen aan je boodschap. In veruit de meeste gevallen is deze campagne de eerste indruk die een kandidaat van je organisatie krijgt. Dus die kan beter positief zijn.

Voorkom dat solliciteren een zenuwslopende hindernisbaan wordt

De eerste indruk is positief, het zaadje is gepland en de kandidaat overweegt serieus te gaan solliciteren. Hoe eenvoudig maak je het voor je sollicitant. Ik heb letterlijk

meegemaakt dat een sollicitant eerst een account moest aanmaken voor die verder kon in het sollicitatieproces. Je kunt je voorstellen dat dit voor veel mensen een reden is om af te haken.

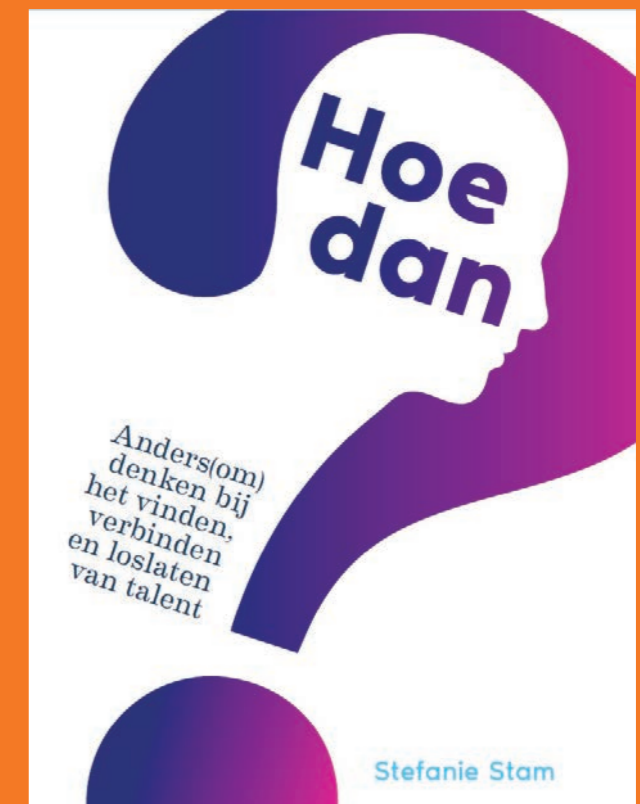
Zorg er dus voor dat solliciteren geen zenuwslopende hindernisbaan wordt. Realiseer je dat veel mensen via hun telefoon op jouw vacature zijn gekomen. Vraag je direct om een CV? Hou er dan rekening mee dat de meeste mensen hun CV op hun computer hebben staan. En daarmee heb je dus al weer een reden om af te haken opgeworpen.

De meest laagdrempelige manier is om mensen te laten solliciteren via een vertrouwd platform. En in Nederland is er geen platform zo vertrouwd als WhatsApp. Wat weinig organisaties echter weten is dat je ook chatbots kunt bouwen, of zoals ik ze noem, Virtuele Sollicitatie Assistenten. Vanaf de vacaturepagina leid je je sollicitanten naar WhatsApp, waar vervolgens automatisch een aantal relevante vragen worden gesteld. Compleet met beeldmateriaal van de werkvloer, collega's, uitjes, etc. Op deze manier krijgt de sollicitant al direct een leuk beeld van jullie organisaties. En met een paar klikken heeft de kandidaat een afspraak gemaakt om teruggebeld te worden voor een eerste kennismaking. Laagdrempeliger kan haast niet.

Ik hoop dat ik jullie met behulp van de bovenstaande vier punten heb kunnen inspireren om anders te kijken, denken én doen bij het vinden van talent. Heel veel succes!

Stefanie Stam

Auteur van het boek **Hoe dan?** Een uniek en praktisch werkboek voor leidinggevend, HR- en marketingprofessionals die anders willen leren kijken, denken én doen. Vanuit een stevige inhoudelijke basis en een praktisch model. Vol inspirerende voorbeelden, concrete tips en opdrachten waarmee je direct zelf aan de slag kunt in je eigen organisatie. Dus zie jij dat HR anders kan en wil je weten hoe? Laat hardnekkige denkbeelden los en ga anders(om) denken. Hoe dan? Zo dus! Genomineerd voor managementboek van het jaar 2024. Directeur van Qambium: de HRevolutie www.qambium.nl



Henk Appels

Building Manager
van het Atrium
Amsterdam



'Je moet het altijd samen doen'

Henk Appels (67) werkt al zo'n zestien jaar op de Zuidas, waarvan de laatste jaren als Building Manager van het Atrium in Amsterdam dat zo'n zes jaar geleden zelfs nog in de steigers stond en in de jaren zeventig begon als kantoor van de Nederlandsche Middenstandsbank.

Vanaf 1 augustus 2023 deed ras-Amsterdammer Henk Appels in 'zijn Atrium', vanwege het bereiken van zijn pensioengerechtigde leeftijd, een stap terug door vanaf dat moment wekelijks nog drie dagen te gaan werken. Maar zijn passie voor het facilitaire vak is er niet minder om geworden. Door veel te wandelen in zijn vrije tijd en zijn sportieve leven uit het verleden, waaronder een karateschool voor de jeugd, blijft hij fit. Een positieve instelling en humor in het leven staan hierbij voorop.

Takenpakket

Zijn takenpakket als Building Manager blijft veelomvattend. Van liften, de entree, het onderhoud van De Binnentuin tot het informeren van de commerciële afdeling over mogelijke huurders en het begeleiden van verbouwingen. Hij is ook de eindverantwoordelijke voor de schoonmaak en heeft in deze hoedanigheid met 1nergiek te maken. Een bezoek aan Henk staat niet alleen garant voor een amicaal gesprek, maar ook een luisterend oor over alle facility managementzaken die er spelen en hem bezig houden. Het is duidelijk dat hij over veel expertise beschikt en dat dit vakgebied zijn hart sneller doet kloppen. De 'gast' en de 'gebruiker' in zijn gebouw zijn belangrijk!

Voldoening

Henk houdt van mensen, zowel zakelijk als privé. "Ik word echt blij van mensen", zegt hij. "Het geeft me voldoening als we samen dingen kunnen oplossen, als er sprake is van een heldere communicatie en er een goede structuur staat. Toen ik hier in 2008 bij het Atrium startte, heb ik me voorgesteld zoals ik ben, namelijk open en recht voor z'n raap. In dit gebouw zitten meerdere huurders van internationale allure in het hogere segment van de financiële wereld. Op een dag lopen hier gemiddeld 4.000 mensen, waarvan 20 procent hier ook gaat eten. Daarbij hebben we nog externe gasten die meetingzalen huren. Kortom, er is ontzettend veel beweging. Om alles goed te laten verlopen en servicegericht te kunnen zijn, heb ik bijvoorbeeld goede contacten opgebouwd met de burens, politie, brandweer en nabijgelegen hotels".

Dezelfde gezichten

Henk werkt inmiddels voor de schoonmaakdienstverlening al zestien jaar met 1nergiek (voorheen Teico). "Ik zie al jarenlang bij de schooncollega's dezelfde gezichten", vertelt hij. "Dat is leuk om te ervaren. Los hiervan zijn de medewerkers van 1nergiek vakkundige, betrokken en aardige mensen. We bemoeien ons alleen met de zogenaamde 'algemene' ruimten.

De huurders regelen de schoonmaak zelf en ook bij de meeste huurders is 1nergiek de dienstverlener. Ik adviseer nieuwe huurders overigens wel om gebruik te maken van de diensten van 1nergiek omdat zij aan het gebouw en de omstandigheden en de dynamiek gewend zijn".

Werkvloer

"Ik ben erg gevoelig voor alles wat er op de werkvloer gebeurt en met name wie dat zijn", vervolgt Henk. "Daar begint een goede samenwerking voor mij mee. Van achter de computer kun je allerlei plannen verzinnen, maar het gaat om de uitvoering. Ik ben gevormd bij de marine in Den Helder. Hier heb ik geleerd om samen te lachen én samen te huilen. Daar heb ik in mijn leven altijd aan vastgehouden. Ik ben in dat opzicht echt een gevoelsmens".



Atrium Amsterdam. Het kantoorgebouw is een samensmelting van ondernemerschap, hospitality, duurzaamheid en welzijn. Tevens heeft het een rijke historie, als het oudste gebouw (1976) van de Zuidas.

Atrium Amsterdam is dan ook een echte eyecatcher voor iedereen die de kruising van de Strawinskylaan en de Parnassusweg passeert of op de A10 Zuid rijdt. Atrium staat voor klasse, comfort en duurzaamheid. Het imposante kantoorgebouw, bestaande uit drie torens, kenmerkt zich door de enorme glazen wanden en robuuste uitstraling. Aan ieder detail is gedacht.

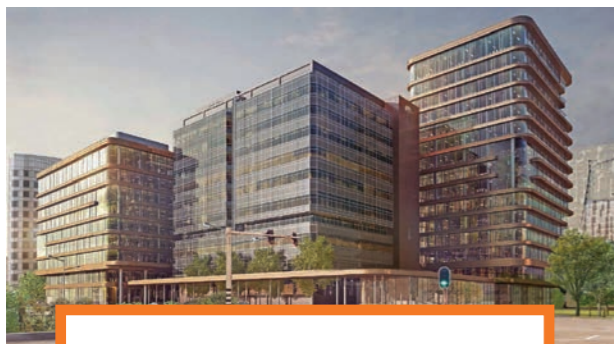


In het Atrium lopen dagelijks gemiddeld 4.000 mensen



'Kijkend schoonhouden'

De vertaalslag van de gemaakte afspraken naar de werkende medewerkers is voor Henk essentieel. "Ik steek hier relatief veel tijd en energie in", zegt hij. "Dat geldt ook voor de schoonmaak. Iedere dag doe ik aan 'kijkend schoonhouden'. Dit breng ik ook letterlijk in de praktijk. Met de auto rijden we bijvoorbeeld de garage in. Dan vraag ik aan mijn medepassagier: 'wat zie je nu?'. Dan kijken we samen hoe de parkeergarage er bij staat en hoe het eerste gevoel is. Want waar mensen een gebouw binnen komen, of dat de parkeergarage, de hal of de zij-ingang is, het moet overal 'spik en span' zijn. De eerste indruk is tenslotte bepalend voor de beleving van het gehele gebouw en dus ook bij elke huurder in het Atrium".



Het Atrium is een indrukwekkend gebouwencomplex

Calamiteit

1nergiek levert voor het Atrium gemiddeld vijf, zes schooncollega's per dag. "Je weet pas of je met een goed schoonmaakbedrijf werkt als er sprake is van een calamiteit. Het opvolgen van een schoonmaakcontract gaat meestal prima, maar als er correct en

vakkundig wordt geanticipeerd op bijvoorbeeld een grote lekkage, waar een protocol voor is, dan geeft zo'n bedrijf bij mij echt haar visitekaartje af. Bij 1nergiek is dat dus al jaren het geval. Voor mij is het belangrijk dat daarbij ook het werkplezier voorop staat. Medewerkers van leveranciers moeten graag naar hun werk gaan. Ook dat merk ik bij 1nergiek; dus dat is fijn en bevordert de sfeer tussen opdrachtnemer en -gever. En niet wachten op klachten, maar preventief handelen. Daar houd ik van. Ook hier ben ik bijzonder tevreden over. Voorop staat dat je het altijd samen moet doen. Ga het gesprek aan, denk mee en koester met elkaar het eindresultaat".

Kerstontbijt

De schooncollega's worden door Henk jaarlijks voor het kerstontbijt uitgenodigd. "Dit is een heel event hoor", zegt hij met enige trots. "We houden dat traditiegetrouw in ons restaurant. Door zo'n kerstontbijt krijg je blije mensen. Als we overigens op de werkvloer Nederlands spreken, dan vind ik dat een meerwaarde. Voor beide partijen is dat fijn. 1nergiek stimuleert dan ook de Nederlandse lessen onder haar schooncollega's en hebben hierin een voorbeeldfunctie".

Innovatie

Al deze bovengenoemde zaken zijn voor Henk Appels de zogenaamde basis voor een goede samenwerking. Maar ondanks zijn seniorenleeftijd houdt hij van innovatie. "Schoonmaakrobots gebruiken we in de algemene ruimten", zegt hij. "Je laat hem gewoon op en neer rijden, bij voorkeur als er veel mensen lopen. Dan gaat men hierover praten en zo'n robot helemaal volgen. Ik vind dat grappig en interessant. Wel met de wetenschap dat de mens centraal blijft staan, want een robot moet worden bediend. 1nergiek heeft het vermogen om met dit soort ontwikkelingen mee te groeien".

Davitarm met ropeclimber

"De buitenkant van het pand wordt door een robot schoongemaakt, vervolgt Henk. De binnenkant van het Atrium, zoals ramen en gevels, moesten echter ook schoon. De vraag was hoe we dat gingen aanpakken, want je kunt hier niet zomaar even met een hoogwerker naar binnen. 1nergiek heeft daar een oplossing voor gevonden en kwam met de demontabele Davitarm met ropeclimber. Hun glazenwasser staat of zit in een soort karretje dat omhoog en omlaag kan. Door zo'n manier van werken kom je op efficiënte wijze bij plekken die lastig of bijna niet te bereiken zijn voor de glazenwassers en de schoonmaak".

Branche

In de schoonmaakbranche is in de loop der jaren veel veranderd. "De branche had vijftig jaar geleden een volstrekt verkeerd imago zoals dat er alleen maar buitenlanders werkten en er slecht werd betaald", aldus Henk. "Kortom, allemaal ellende. Maar wat er nu gebeurt, komt de branche ten goede. Zo begint het met allerlei criteria, protocollen en screenings waar een professioneel schoonmaakbedrijf aan moet voldoen. Voor de serieuze bedrijven wordt het zodoende makkelijker om bij opdrachtgevers binnen te komen".

"Ik mis bij veel schoonmaakbedrijven helaas een breder pakket om ook facilitaire werkzaamheden te kunnen doen. Hier liggen voor hen dan ook nog tal van uitdagingen én kansen", aldus Henk.

Zorgen

Op een gegeven moment geeft Henk aan dat hij zich anno 2024 zorgen maakt over het vak van Facility management. "Men raakt steeds verder verwijderd van de praktijk. Als je het gebouw uit je hoofd kent en veel met de mensen praat, dan ken je je vak", stelt Henk. "Ik wil bijvoorbeeld weten wat er in één van onze torens op etage 8 en 9 gebeurt en hoe de facilitaire zaken er daar voorstaan.

Mijn personeel en de medewerkers van de bedrijven die voor ons werken, ervaren vrijwel dagelijks dat ik dit belangrijk vind".

"Medewerkers en het management van bedrijven die op de Zuidas werken, zouden overigens de krachten kunnen bundelen. Ik blijf het vreemd vinden dat zo iets niet gebeurt. Doodzonde. Kennelijk heeft iedereen te veel zijn eigen belangen".



Mindset

Tot slot doet Henk een oproep voor een meer positievere mindset. "In mijn dertigjarige loopbaan is nooit iemand speciaal naar me toegekomen om aan te geven dat er sprake is van een geweldige verlichting, dat het superschoon is of dat de catering top is. Er zit iets in ons hoofd dat je vooral niet te positief dient te zijn. Daarbij kijken we nog steeds te vaak naar zaken die niet kunnen, dan naar andere mogelijkheden te zoeken".

"Kortom, geniet van het leven, ga meer met elkaar in gesprek, ga niet het wiel uitvinden en toon vooral je glimlach", besluit Henk om vervolgens met trots en passie een rondleiding te geven in de uiteraard schone algemene ruimten van het Atrium.

Roland Wink

Directeur van Hijman Schoonmaakartikelen BV



'Ik ben een gedreven energieke en vrolijke schoonmaakprofessional'

Roland is een ras Utrechter, getrouwd met een Amsterdamse en woonachtig in Den Haag. "Hoe kan het leven lopen?", lacht hij. "Positiviteit staat bij mij in het leven voorop. Dit geldt ook in mijn zakelijke loopbaan. Ik ben een gedreven energieke en vrolijke schoonmaakprofessional. Ik fungeer graag als een innovator, die altijd op zoek is naar winstverbetering voor mijn klanten".

'Samenwerken geeft glans'

Tussen 1nergiek en Hijman is sprake van een langdurige relatie, want al meer dan 60 jaar is er onder de verschillende bedrijfsnamen zaken gedaan met Hijman. De vader van eigenaar Peter Bleeker deed dan ook zaken met zijn generatiegenoot van Hijman.

Dit familiebedrijf, dat reeds 110 jaar bestaat, is een full service facilitaire dienstverlener op het gebied van

afvalsystemen, sanitaire voorzieningen, hygiënapapier, reinigingsmiddelen, machines, hulpmaterialen, dispensers en PBM's.

Het is zodoende tijd om de huidige generatie eens over de samenwerking te laten vertellen. Hoe gaat dat anno 2024 in zijn werk? Roland Wink (59) is sinds juli 2002 directeur van Hijman Schoonmaakartikelen BV en deelt dan ook graag zijn ervaringen.



Toeval

"Ik ben bij toeval in de schoonmaak geraakt", vertelt Roland. "Ik had totaal geen ervaring, want ik was financieel consultant. Via een bevriende buurman, die een schoonmaakbedrijf had, vernam hij over Hijman waar men problemen had met het vinden van een directeur. Ik kwam nota bene anderhalf uur te laat op het gesprek, maar ik had meteen een klik met de zoon van de toenmalige eigenaar. Na een tweede gesprek kwam het rond. Ik ben heel blij dat dit op mijn pad is gekomen en ben nog altijd met plezier voor Hijman aan het werk".

Groei

Roland belicht de samenwerking met 1nergiek. "Ik vind het mooi om te zien welke groei ze doormaken", zegt hij. "De samenwerking mag wat mij betreft dan ook nog zeker minimaal vijftig jaar duren. Er is een groot verschil met het bedrijf dat tien jaar geleden in de markt actief was. In veel opzichten heeft men onder de nieuwe directie stappen gemaakt. Het is knap hoe er in de huidige tijd op verschillende ontwikkelingen binnen de schoonmaak wordt ingespeeld. En belangrijk is de relatie die je met elkaar hebt; vertrouwen én het elkaar gunnen.



Betrokken

Roland: "We zijn altijd voor 1nergiek graag betrokken bij nieuwe klanten en/of aanbestedingen. Zo is het voor alle partijen nuttig om bij een nieuw project met elkaar het assortiment samen te stellen. Als dit in de voorfase gebeurt, dan wordt het partnership nog intensiever en is de opstart voor wat betreft ons aandeel een succes".

"Doe je mee aan een aanbesteding? Dan leveren we graag de input om deze binnen te halen. En ga je schoonmaken bij een nieuwe klant of op een nieuwe locatie? Laten we dan samen de beste aanpak bepalen. Want samenwerken geeft glans".

Aanbestedingen

Zelf heeft Hijman ook regelmatig te maken met aanbestedingen die schoonmaakbedrijven houden. "We kennen het gevoel", erkent Roland. "Als een prijs leidend is, dan doen we sowieso niet mee. Er is altijd wel iemand goedkoper. Natuurlijk moeten ook wij concurrerend zijn, maar kwaliteit, service en samenwerking staan bij ons voorop. En kun je daar de juiste focus op leggen, dan wordt prijs vanzelf minder relevant".

Innovatie

Hijman houdt innovatiedagen. Het bedrijf promoot deze innovaties structureel. Echter, over de innovatie binnen de schoonmaak heeft Roland een duidelijke mening. "Ook slaat innovatie wel eens door", zegt hij. "Sommige bedrijven zijn er dan ook helemaal niet mee bezig. Ze hebben de kennis daar simpelweg niet voor in huis en zijn met andere dingen druk zoals de waan van de dag, personele inzet, de logistiek of een goede band met hun klant opbouwen".

"Hijman heeft de uitdaging om 1nergiek nog actiever bij innovatie te betrekken. Het lastige is overigens wel om uit te zoeken wat innovatie nu precies is. Dit hangt ook van het project af. We hebben allemaal drukke agenda's, dus we moeten goed met onze tijd omgaan. Belangrijk

is dat we elkaar weten te vinden en de tijd nemen om te testen en eerlijk te zijn naar elkaar over het resultaat".

Personeel

Ook de personeelsschaarste in de schoonmaakbranche vindt Roland een zorg. "Waar is iedereen gebleven?", denkt hij hardop. "Ik heb geen idee waar men uithangt. Ik constateer dat schoonmaakbedrijven naar andere wegen zoeken. Zo komt de digitalisering steeds meer om de hoek kijken. Bij een goede interne automatisering heb je intern minder personeel nodig, want bepaalde processen kun je zeker automatiseren".

Cobot

"Op de schoonmaakwerkvloer zien we de robotisering een opmars maken. Ook dit komt zeker voort uit het personeelstekort. De taken van een schoonmaakmedewerker gaan zodoende in de nabije toekomst veranderen.

Het langdurig dezelfde schoonmaaktaken uitvoeren, zoals bijvoorbeeld (garage)vloeren schrobben gaat steeds meer door robots worden overgenomen. Deze machines zijn overigens nog relatief duur. De kosten moeten wel worden terugverdiend. Dat wordt nog weleens vergeten. Daarbij is het ook een mindset, want je collega is een robot en fungeert als een cobot. Daar kan niet iedereen altijd mee omgaan. Maar ook wij moeten als groothandel op deze tendens inspelen, want anders missen we de boot".

Bekendheid

Bij Hijman werken momenteel 35 medewerkers. In de loop der jaren is het hard gegaan met de groothandel. "We hebben een landelijke bekendheid opgebouwd", aldus Roland. "Op Groningen, Friesland en Limburg na hebben we klanten door het hele land. Met drie vertegenwoordigers op de weg bezoeken we veel klanten. Dat

geldt ook voor mezelf. Dat is ook het boeiende aan mijn vak, want ik houd van mensen".

Assortiment

Het assortiment van Hijman is in de loop der jaren sterk geëvolueerd en omvat nu ruim 5.000 producten en innovatieve schoonmaakoplossingen. "We werken samen met ruim 3.500 tevreden klanten die ons weten te vinden voor het beste advies", zegt Roland met enige trots. "Of je nu een schoonmaakbedrijf, glazenwasser, school of horecaonderneming bent, bij Hijman vind je een uitgebreid assortiment producten, machines en systemen".

Advies

"Wij vinden het belangrijk om je te helpen en te adviseren", aldus Roland. "Want elke schoonmaakklus is anders. Onze winkel is dé plek om advies te krijgen. De winkelmedewerkers nemen alle tijd voor je om vragen te beantwoorden of om een demonstratie te geven van de nieuwste schoonmaakmachine".

Vlek

"Wij kunnen het juiste advies geven, omdat we jarenlang ervaring hebben en continu leren van onze partners en leveranciers. Heb je een schoonmaakprobleem op locatie; een vlek die niet uit het tapijt gaat of tegels die maar niet schoon worden? Dan komen we langs om het probleem met eigen ogen te bekijken en zorgen we voor een passende oplossing".

China

Roland ziet ook wereldwijd een bepaalde ontwikkeling. "Robots komen uit China, dus het is lastig met de aanvoer van materialen", zegt hij. "Als een schip bijvoorbeeld vast loopt in het Suez-kanaal dan zijn er meteen problemen met de aanvoer van materialen en producten. Het zou mooi zijn als er zo'n bedrijf in Nederland opstaat die robots gaat fabriceren. De te grote afhankelijkheid van China vormt een bedreiging. Hier ligt voor de economie in Nederland voor de komende jaren een mooie uitdaging".





Eddy Tempelaars

Key Accountmanager & Relatiebeheer bij 1nergiek

'Het gaat altijd om de juiste match'

Sinds twee jaar is Eddy Tempelaars (55) actief als Key Accountmanager & Relatiebeheer bij 1nergiek.

Hij zit inmiddels alweer veertig jaar in de schoonmaakbranche. De inwoner van Lelystad leerde het vak bij zijn vader in de glazenwasserij en groeide door in de specialistische reiniging tot de aansturing op de werkvloer.

In zijn loopbaan bekleedde Eddy de functies van operationeel manager, coördinator, salesmanager en adviseur 'large accounts'. Fasten your seatbelts, want in dit uitgebreide interview geeft hij zijn visie op de schoonmaak, 1nergiek en de branche.

Waarom ben je bij 1nergiek gaan werken?

"De keuze is tweeledig. Ik wist weliswaar dat Laetitia Simonis directeur was, maar zij wist niet dat ik bij 1nergiek ging solliciteren. Aangezien ik met haar een goede band heb en haar kende van een vorige baan bij Facilicom, hield ik dit bewust gescheiden. Maar de aanwezigheid van Laetitia heeft een grote rol gespeeld om bij de eigenaar Peter Bleeker te solliciteren".

Ambitie

"Mijn ambitie was om binnen de Sales de stap te maken naar een groter bedrijf. Bij Facilicom deed ik vooral de specialistische schoonmaak, maar ik zag het als een uitdaging om met het hele schoonmaakpakket aan te gaan". Het liep dus anders....

Met wat voor gevoel kijk je terug op twee jaar 1nergiek?

"Héél goed. Het is fijn dat er sprake is van een platte organisatie en korte lijnen. Ik geloof daarbij oprecht in de omzet die ik naar me toe kan trekken. Daar moet je in mijn vak namelijk een prettig gevoel bij hebben. Het is belangrijk dat je met de 'tools' van je bedrijf je functie naar behoren kunt uitvoeren en daarin de vrijheid krijgt". En onze gouden regel is ook dat de potentiële opdrachtgever moet passen bij 1nergiek én wij bij hun".

"1nergiek herbergt mede door zijn volume en historie dusdanig veel kwaliteit, expertise en ervaring dat we in staat zijn om afspraken naar de opdrachtgever daadwerkelijk na te komen".



Eddy heeft een goede klik met zijn collega's zoals hier bij de 1nergiek-stand op de beurs blijkt.



Saamhorigheid

"1nergiek straalt daarbij een gevoel van saamhorigheid uit. Het personeelsbeleid is dan ook prima. We zetten ons er écht voor in dat de schooncollega's op de werkvloer op een verantwoorde en prettige manier hun werk kunnen doen en bieden hen hiervoor alle faciliteiten". Eddy vertelt "het begint met een Welkomstboekje, na 1 maand de shopper 'Jij bent een topper', een fijne leidinggevende, hulp bij persoonlijke zaken, een informele werksfeer, een lerende omgeving, je mag fouten maken, lekkers bij de koffie, persoonlijke aandacht en gewoon de basis op orde ofwel op tijd je salaris".

Hoe verlopen de eerste contacten met de opdrachtgevers?

"Je moet het zien als een avontuur dat we samen met een opdrachtgever aangaan. We zijn in staat om maatwerk te leveren en willen daar echt enthousiast 100% voor gaan. Dit komt omdat we binnen onze organisatie in verschillende opzichten diversiteit hebben en ruimte om te zeggen wat je (be)denkt. Dit geldt niet alleen voor de operationele leiding of de schooncollega's op de werkvloer; dus ook voor alle collega's op kantoor. Iedereen heeft zijn of haar kwaliteiten, creativiteit en natuurlijk veel kennis en ervaring".

"Neem bijvoorbeeld een internationaal opererend chemieconcern, een advocatenkantoor, school, winkelcentrum of museum. Er worden dan bijvoorbeeld zaken als een opstartplan, een communicatieschema en een protocol gevraagd. Elke organisatie is weer anders. Dankzij onze organisatie kan ik altijd terugpakken op ons interne tactisch c.q. strategisch overleg, waarin we dit soort dingen bespreken en vervolgens samen uitwerken".

"Dat zorgt ervoor dat we bewust over die specifieke opdrachtgever nadenken en bedenken welke dienstverlening het beste aansluit bij de verwachtingen. Die zijn zelfs vaak belangrijker dan wat er daadwerkelijk 'uitgevraagd' wordt. We proberen ons in te leven en de vraag achter de vraag te begrijpen. En hoe kunnen we verrassen; dat is ook best moeilijk want niet elke nieuwe opdrachtgever zit daarop te wachten".

Aanpak

"Als we een duidelijk beeld hebben wordt een gedetailleerde aanpak opgesteld, inclusief de te gebruiken reinigingsmethoden, frequentie en benodigde materialen. Vervolgens wordt deze aanpak vertaald naar een nauwkeurige offerte met een duidelijke en vooral reële prijsstelling en planning. Deze prijsopgave wordt

aan de klant voorgelegd. Hierbij staat de klantgerichtheid centraal, waarbij transparantie en flexibiliteit in de aanpak essentieel zijn om een op maat gemaakte schoonmaakoplossing te bieden. En in deze tijd moeten we ook altijd heel realistisch zijn in wat we wel én vooral niet kunnen! Dus verwachtingen managen is ook heel belangrijk".

Hoe werkt dat in de praktijk?

"Na de opdrachtbevestiging starten we samen met de opdrachtgever de grote klus op. Dan begint het pas echt. Alle hens aan dek en ook onze collega's vanuit kantoor begeleiden tot een bepaalde fase het werk gewoon mee. Is alles goed ingeregeld en zitten we op één lijn dan laten we het over aan onze schoonmaakspecialisten op de werkvloer. Na een paar maanden komen we terug voor een 'overview' om te kijken of alles daadwerkelijk zo loopt zoals we met de opdrachtgever hebben afgesproken. Zo iets kan eenmaal per jaar zijn of ieder kwartaal. Dat is maar net waarin voor beide partijen de behoefte ligt".

Eddy is de Johan Cruyff van 1nergiek

Zoals een voetballer een wedstrijd "leest", schat jij de opdracht in. Je bent heel dienstverlenend ingesteld en gaat in je gedachten dieper in op de wensen van de klant. Kortom, ben jij in de praktijk de 'Johan Cruyff van 1nergiek'?

Collega's van 1nergiek werken efficiënt en met passie voor hun vak



Dienstverbanden langer dan 8 jaar is normaal!

(Lachend): "Nou, ik houd niet van voetbal. Maar ik snap de vergelijking. Het is vooral een kwestie van anticiperen op bepaalde situaties en proberen in te schatten wat de ander voor ogen heeft."



“De eerste indruk is overigens voor een klant belangrijk. Of dat nu de eigenaar, een directeur of een sales manager is; dat maakt niet uit. Als er bij ons een verzoek binnenkomt, dan wordt op dat moment bepaald hoe het avontuur richting zo’n potentiële opdrachtgever kan gaan lopen. We zoeken daarom ook intern uit wie de beste ‘match’ heeft”.

Wat is een uurtarief?

“In de schoonmaak wordt vaak een vast uurtarief gehanteerd aan de hand van de vierkante meters. Die krijg je vaak van de klant zelf of moet je zelf opnemen. Hier komt dan een ‘basis’-calculatie uit. Echter, daarna gaan we kijken naar het type klant, het pand zelf, afwerkmaterialen, programma-uitvraag, rol van onze schooncollega, inschatten van de daadwerkelijke “behoeften”, personele invulling en daaruit volgt de definitieve calculatie. Kortom, een uur is voor elke opdrachtgever anders ingevuld. En als uitkomst moet altijd zijn dat onze schooncollega op een goede, prettige en veilige manier kan werken; de opdrachtgever blij is en wij er ook nog wat aan verdienen”.

“Nogmaals inschatten en dus weten welke behoefte een klant heeft, is moeilijk, maar noodzakelijk. Want anders is er geen match en door ons geen juiste uitvoering. Op deze manier bouwen we het verhaal rondom de calculatie op, want geen enkele opdrachtgever is hetzelfde. Iedereen kan een boek schrijven, maar het gaat echt om de inhoud en het maatwerk. Je moet de lezer verrassen”.

Perfekte job

“Ik doe waar ik energie van krijg en waar ik in mijn kracht sta. Ik doe dus geen Europese aanbestedingen (als we het al als 1nergiek doen). Na gunning duurt de samenwerking drie jaar en als je mazzel hebt mag je nog 2 jaar extra

en vervolgens zit je weer op de bank als je de opdracht niet behoudt. Het komt echt voor dat je opdrachtgever supertevreden is, maar door een andere inkoper of beslisser die verder weg van de facilitaire dienstverlening afstaat en “je hele succes én opgebouwde relatie” is vergeten. Dit soort aanvragen zijn vaak veel afstandelijker en dus niets voor mij. Mijn kracht ligt juist bij de “gewone” offertetrajecten, van waaruit ik een langdurige band kan opbouwen met de relaties; en ja sommigen ken ik al zo’n twintig jaar”.

Waar hechten opdrachtgevers waarde aan?

“In deze tijd moet je steeds meer rekening houden met het milieu en terecht. De term duurzaamheid komt ook bij ons regelmatig ter sprake. Dit betekent concreet werken met de juiste duurzame materialen en middelen, maar in ons geval ook zeker ‘duurzaam’ omgaan met je collega’s. Zij zijn tenslotte de basis voor ons succes”.

“Daarbij hoort ook de nauwe samenwerking met onze partners (leveranciers) en samen invulling geven aan thema’s als circulariteit, CO2-neutraal worden en bewuste keuzes maken bij offertetrajecten, in onze bedrijfsvoering en samenwerking met opdrachtgevers. En dat betekent dus ook concreet met je collega’s bespreken op welke manier we met elkaar om willen gaan en het beste team vormen. Want als het totaalplaatje klopt, dan voelen opdrachtgevers zich daar prettig bij en gaan die jarenlange relatie met 1nergiek aan”.

De ‘Zuidas’

“Er gebeuren ten aanzien van het milieu weliswaar positieve dingen, maar we moeten er voor waken om niet door te slaan. Het is verschillend binnen de regio waar ik actief ben. Op de ‘Zuidas’ in Amsterdam waar ik veel kom, is de servicegerichtheid echt een pré. Daar hangt

veel vanaf. Hier zitten opdrachtgevers die graag willen dat je snel en efficiënt voor hen klaar staat. Niet ieder bedrijf kan dat. 1nergiek daarentegen speelt hier juist goed op in. Dat vinden we juist het leuke aan ons werk”.

1nergiek en de dilemma’s van een nieuwe opdracht

“Als we ergens gevraagd worden voor een kennismakingsgesprek, komt het voor dat er onvrede is over het zittende schoonmaakbedrijf en dat het specifiek gaat over de schoonmaakmedewerker die er loopt. Dit kan aan verschillende factoren liggen als de communicatie, de materialen en natuurlijk de aandacht/begeleiding. Vervolgens geven ze ook aan dat ze die medewerker eigenlijk niet terug willen, maar art. 38 in de schoonmaak-cao geeft aan dat ze overnameplichtig zijn”.

“Dan ga ik altijd eerst op zoek in het gesprek naar de oorzaken van deze onvrede voordat ik een offerte opstel. Op deze manier probeer ik de zorg weg te nemen door uit te leggen hoe wij werken en geef ook aan dat wij deze “ene” medewerker juist een kans willen geven want vaak zijn oprechte aandacht en juiste begeleiding dé oplossing. Schoonmaak is mensenwerk; laten we dat nooit vergeten. De opdrachtgever moet daardoor een prettig gevoel bij 1nergiek krijgen. We bouwen dan verder spelenderwijs commitment en vertrouwen op”.

Willen opdrachtgevers wel voldoende investeren in de schoonmakers c.q. de schoonmaakbedrijven die voor hen werken?

“Interessante vraag. Ja, we spreken onze tarieven af en die zijn inclusief middelen en materialen. Ik wil

echter precies de situatie in kaart hebben waarin moet worden schoongemaakt en dan ook het hele plaatje. Zo kan het voorkomen dat ik bijvoorbeeld vraag om een bakfiets te faciliteren, omdat onze collega’s tijdens zo’n project kilometers moeten lopen om te kunnen schoonmaken. Ik maak dan zichtbaar waarom je zo’n bakfiets nodig hebt. De praktijk leert dat een opdrachtgever hierin meegaat en de kosten vervolgens vergoedt. Veel klanten waarderen overigens dat we op deze wijze meedenken”.

Toegevoegde waarde

“We zijn vaak niet de duurste, maar zeker ook niet de goedkoopste. 1nergiek hanteert uurtarieven die rechtvaardig zijn; zowel voor de opdrachtgever als onszelf. Kwaliteit en prijs moeten in balans zijn. We willen zelfs laten zien hoe onze tarieven zijn opgebouwd. Ik hou wel van een bepaalde openheid op dit vlak en constateer dat opdrachtgevers dit kunnen waarderen. Het betekent in ieder geval we niet gezien worden als ‘kostenpost’ maar dat we met onze dienstverlening van toegevoegde waarde zijn voor de core business van de opdrachtgever”.

Hoe ziet jouw loopbaan er over pakweg vijf jaar uit?

“In je werk gaat het altijd om de juiste match. Dit geldt eigenlijk zowel in- als extern. Die is er met 1nergiek dan ook zeker. Ik heb geen ambitie om directeur te worden. Voor mij is ontzorging en plezier in mijn werk het belangrijkste. Als topfitte midden-vijftiger durf ik uit te spreken dat mijn beste jaren nog gaan komen. Ik zie met 1nergiek nog altijd haalbare uitdagingen. Het maakt mijn werk boeiend om hier iedere dag mee bezig te zijn”.

Eddy staat voor zijn vak en de meerwaarde van 1nergiek



Tom Egberink

Topspporter
rolstoeltennis
Nr. 1 van Nederland
Nr. 7 op de wereldranglijst



'Blijven geloven in je eigen kracht'

Tom Egberink (31) uit het Drentse Dalen werd geboren zonder bovenbeen. Na zes jaar met een prothese te hebben gevoetbald, werd het voetballen voor hem op 11-jarige leeftijd toch te zwaar.

Egberink besloot daarop, na het lezen van een advertentie, te gaan kijken bij het rolstoeltennis. Na een toernooi op 13-jarige leeftijd, waarbij Egberink een lid van Jong Oranje versloeg, kwam hij in contact met de bondscoach. Dit resulteerde in deelname aan de World Team Cup Jeugd. Het begin van een fraaie succesvolle loopbaan.

In 2011 won Egberink, samen met de Fransman Michaël Jérémiasz, de dubbelspeltitel op het officieuze wereldkampioenschap. In de finale versloegen zij een ander Nederlands/Frans koppel: Robin Ammerlaan en Stéphane Houdet.

In september 2021 won Egberink de zilveren medaille op de Paralympische Zomerspelen 2020 in Tokio in het enkelspel en brons in de dubbel. Ook deed hij mee aan de Paralympische Zomerspelen in 2012, die hem helaas toen geen medaille opleverde. Hij won in 2012 die zomer wel het dubbelspel op Wimbledon.

In het dagelijks leven studeerde Egberink Economie, Communicatie en Sportmanagement, aan het Johan Cruijff College in Nijmegen, dat topsport uitademt.

"Ik zat in de klas met onder meer de voetbalsters Lieke Martens en Kika van Es, handbalster Angela Malenstein en wielrenster Merle van Benthum", vertelt hij. "Sommigen zijn echt wereldtoppers geworden. Dat is geweldig en als ik hen bijvoorbeeld op het topsportgala ontmoet, is er meteen weer goed contact. Het blijft mooi om met hen ervaringen te delen. Ondanks mijn handicap heb ik tenslotte veel van de wereld gezien, waarbij het tennis altijd centraal stond. Juist de topsport is iets waar we elkaar in blijven vinden".

In september 2021 won Egberink de zilveren medaille op de Paralympische Zomerspelen

Steun

1nergiek steunt Tom al enige jaren door hem uit maatschappelijk oogpunt te sponsoren en ook door hem fysiek aan te moedigen. Zo waren algemeen directeur Laetitia Simonis en operationeel manager Martine van der Graaf namens 1nergiek aanwezig bij het NK Rolstoeltennis 2023 in Amstelveen. Het was een spannende strijd. Tom Egberink behaalde de Nederlandse titel in het enkelspel. Bovendien werd hij, samen met Maikel Scheffers, Nederlands kampioen in de dubbel.

Familie

In februari van dit jaar werd Tom in de (verloren) finale van het internationale ABNAMRO tennistoernooi

luidkeels aangemoedigd door officemanager Liselot Bocxe, die zelf overigens ook tennist. Ik ben ontzettend blij met de steun van 1nergiek", lacht Tom. "Ik voel me inmiddels echt 'member of the family'. Het is mooi als mensen langs de baan je luidkeels bijstaan. Zoiets geeft altijd positieve energie".

Succes

Voor 1nergiek bestaat succes uit het zichtbare enthousiasme, jezelf zijn, vertrouwen, ruimte voor fouten maken, je verantwoordelijkheid nemen, elkaar iets gunnen, zorgzaam zijn en met elkaar genieten van grote en kleine successen. Kortom, het bedrijf en Tom hebben de juiste synergie én overeenkomsten.

Het team van 1nergiek heeft zich daarom gecommitteerd om Tom Egberink enthousiast te ondersteunen op zijn weg naar de Paralympische Spelen in 2024 in Parijs. Opdrachtgever Henk Appels van het Atrium legde de verbinding en was zodoende dé matchmaker.



1nergiek en Tom geloven namelijk beiden in hun eigen kracht. Ondernemen is topsport. Ook daarom is Tom voor 1nergiek hét voorbeeld hoe je in het leven met succes en tegenslagen omgaat. Tom kampte in zijn loopbaan met de naweeën van een vingerblessure en moest voor de zoveelste keer aan z'n elleboog worden behandeld. Een terugkerend probleem waar hij al zes keer voor onder het mes ging.

Rio de Janeiro

Hoewel Tom zich kwalificeerde voor de Paralympische Spelen in Rio de Janeiro in 2006 was zijn voorbereiding door een gebroken duim niet optimaal. Dit toernooi was hét voorbeeld van zijn ijzersterke mentaliteit en overlevingsdrang.

"Je wordt door de blessures in mentaal opzicht op de proef gesteld. Ik bleef er echter in geloven", aldus Tom. "Naast de problemen met mijn elleboog brak ik tijdens een toernooi in Canada mijn duim doordat ik een bal per se wilde halen, maar in de uiterste krachtinspanning tegen een kastje langs de baan aanvloog. Ondanks dat de arts zei dat ik Rio wel kon vergeten, stapte ik toch in het vliegtuig. Ik had er tenslotte jaren naar toegeleefd. Ik reisde een dag eerder af naar Rio waarna ik met de arts van NOC*NSF een dag in het ziekenhuis ben geweest. Hij gaf aan dat ze wilden opereren, maar ik wilde daar niet in meegaan. Met een spalk en medicatie verlieten we het ziekenhuis. Op naar de Paralympische Spelen in Rio.....".

Pijn

"Ik moest en zou starten. De eerste wedstrijd was tegen een speler uit China. Een bal belandde op mijn frame en raakte mijn duim. Ik verging van de pijn. Als ik zou opgeven, dan kwam mijn dubbel in gevaar, waardoor ik doorspeelde. Toen volgde de dubbel en heb ik nog meer medicatie geslikt. Ik had met mijn dubbelpartner de afspraak dat ik zo ver mogelijk vooraan ging spelen. Prompt wonnen we deze wedstrijd, waarna we de kwartfinale tegen de Japanners moesten. We verloren de eerste set met 6-1, waarna ik naar het toilet ging om nog meer medicatie te nemen. Ik speelde dwars door de pijn heen en maakte die gasten in mijn eentje helemaal gek. Mijn dubbelpartner had een enkelspel van drie uur achter de rug in 40 graden. Hij raakte amper nog een normale bal. In de derde set kwamen we met 4-0 achter. Ik eiste de boel nog meer op. Het werd 4-4 waarna we toch met 6-4 verloren. Zulke dingen vergeet je niet".

"Maar ik was er toch trots op dat we zover waren gekomen. Helaas geen medaille, maar ik had in alle opzichten alles gegeven wat ik had. Een arts die gespecialiseerd is in handblessures verklaarde me later compleet voor gek. Het was volgens hem echt niet normaal wat ik had gedaan".

Corona

"In 2020 kreeg ik tijdens een training in Australië last van mijn elleboog. Toch speelde ik het ABNAMRO-toernooi dat jaar, maar daarna moest ik wederom onder het mes voor mijn elleboog. Daar word je dus moedeloos van. Toen had ik het moment dat ik er mee wilde stoppen. Kort daarna kwam het nieuws dat de Paralympische Spelen in Tokio wegens corona werden uitgesteld".



"Toen dacht ik: 'het zit een keertje mee'. Ik ben iedere dag in Amstelveen gaan trainen en werken aan mijn herstel. Er was niemand op de weg en je sprak amper mensen, maar mij kwam het allemaal prima uit".

Tokio

"Toen het eenmaal zover was, reisde ik ontspannen naar Tokio toe", aldus Tom, die de partijen tot in details schetst en nog muurvast in zijn geheugen heeft zitten. "In de derde ronde begon de serieuze tegenstand tegen een Zweed, op dat moment de nr. 10 van de wereld. In die partij ging ook de zwangerschap van mijn vriendin door m'n hoofd. Ik kan later niet tegen mijn dochter zeggen: 'pappa heeft meegedaan, maar kwam zonder een medaille thuis'. Ik was niet meer te houden en won, waardoor ik voor de eerste keer in de enkel in de kwartfinale van de Spelen stond. Mijn broertje, die vaak meereisde, zei meteen al: "je kan dit. Dit is hét moment. Je hebt kansen in die kwartfinale". Ik bleef rustig, deed mijn ding en had mijn focus. Ik won en stond opeens in de halve finale, die uitzicht bood op een medaille. Deze uiteindelijk gewonnen halve finale was voor mij een historische winnende partij. Na de laatste winnende bal drong het tot me door; mijn dochter zal altijd naar de medaille kunnen kijken. Zelf had ik een huilende bondscoach in mijn armen. Hij wist wat er ik na al die operaties voor had gedaan".

Het team van 1nergiek heeft zich gecommitteerd om Tom Egberink enthousiast te ondersteunen op zijn weg naar de Paralympische Spelen in 2024 in Parijs

Finale

"Tja, en dan speel je de finale van de Spelen", vervolgt Tom. "Ik kon helaas tegen mijn Japanse tegenstander niet brengen wat ik wilde doen. Ik begon weliswaar goed, kwam 2-1 voor, maar vervolgens sloegen de zenuwen toe. Toen schakelde de Japanner door en sloeg toe op belangrijke momenten. Ik zat er dichtbij, maar het was niet goed genoeg. Desondanks was het zilver met een gouden rand. In de dubbel pakten we het brons. Kortom, het waren geweldige Spelen".

Toekomst

"De Spelen in Parijs van dit jaar zijn mijn volgende doel. Aan stoppen wil ik voorlopig echt niet denken. Ik hoop nog lange tijd van de 1nergiek-familie deel uit te mogen maken en mijn ervaringen te mogen blijven delen met ze. En niet alleen voor de sponsoring, want dat is een kwestie van gunnen", aldus Tom. "Ik ben een gelukkig en dankbaar mens, die graag nog een aantal jaren als topsporter door het leven gaat. 1nergiek heeft hierbij een speciale plaats in m'n hart".

Tessa Morsink

Asset-manager
bij Wereldhave

'Schoon, heel en veilig is de basis van ons winkelcentrum'

Tessa Morsink (36) is sinds twee jaar Asset-manager bij Wereldhave en in deze hoedanigheid verantwoordelijk voor het beheer en optimalisatie van de vastgoedportefeuille van het bedrijf, waaronder verschillende winkelcentra. In haar geval is dat het reilen en zeilen van de winkelcentra Middenwaard in Heerhugowaard en Eggert in Purmerend.

Tessa haar brede taakveld bestaat onder andere uit de verantwoordelijkheid voor een schone en veilige winkel- en werkomgeving, lokale samenwerkingen, gedeeltelijke coördinatie van lokale evenementen en overleg met de gemeenten. Ook beoordeelt zij de prestaties van leveranciers, kijkt naar de mogelijkheden voor verbetering, doet consumentenonderzoek en het beheren van de operationele aspecten. Ze heeft in het verleden veel ervaring opgedaan bij Unibail Rodamco-Westfield. Ook was Tessa voor een Spaanse outlet-partij actief die vlak voor corona een vestiging in Halfweg opende.

"Het uitdagende aan ons vak is dat je weet wat er allemaal bij komt kijken om een winkelcentrum actief draaiende te houden", vertelt Tessa. "Het is een gemeengoed waar iedereen iets van vindt en dus ook of het schoon en veilig is. Waar ik waarde aan hecht met betrekking tot een schoonmaakbedrijf dat voor ons werkt? In Middenwaard en Eggert wordt er door 1nergiek-schoonmakers gewerkt die het gezicht van deze twee winkelcentra zijn geworden. Het zijn vaste herkenbare teams. Er ontstaat hierdoor een situatie dat de schoonmakers van 1nergiek het winkelcentrum én de klanten goed kennen. Ze maken een praatje met hen. Hierdoor ontstaat er van beide kanten een bepaalde betrokkenheid".

"Ik vind dat enorm belangrijk, want doordat je goede en herkenbare mensen dit werk laat doen, is er respect en krediet. Schoonmaak is tenslotte onzichtbaar als het goed wordt gedaan, maar zichtbaar als een schoonmaker steken laat vallen".

Met Operationeel manager Martine de Graaf van 1nergiek houd ik evaluatiegesprekken ten aanzien van planning en de gemaakte afspraken. De uitvoering regel ik met de rayonmanager Milena. Dit werkt allemaal heel prettig. 1nergiek haalt in alle opzichten onze kwaliteitseisen".

vinden om winkelcentra schoon te maken. Er werkt in ons winkelcentrum een senior schoonmaakmedewerker die tegen de pensioengerechtigde leeftijd aanzit. Ik vind dat best spannend. Hoelang gaat hij nog door? Er gaat een moment komen dat ook hij het voldoende vindt".



Aanbestedingen

Een aanbesteding is een procedure waarbij een opdrachtgever vraagt om offertes van verschillende partijen voor het uitvoeren van een bepaald project of het leveren van bepaalde diensten. De partij die de beste aanbieding doet volgens de criteria van de opdrachtgever, krijgt de opdracht toegekend. Dit proces is bedoeld om transparantie en eerlijke concurrentie te bevorderen. Ook bij Wereldhave wordt onder andere de schoonmaakdienstverlening via een aanbesteding vergeven.

Servicekosten

"We laten drie partijen een offerte uitbrengen om daarna een langjarig contract aan te gaan", legt Tessa uit. "1nergiek werkt zodoende in zijn huidige vorm al een aantal jaren voor Wereldhave. Soms maken we gebruik van de verlengingsoptie. Maar het komt voor dat je weer een aanbesteding moet houden. Schoonmaak is namelijk ondergebracht in de servicekosten. Dit betekent dat de huurders er aan meebetalen. Wij zijn aan hen verplicht om de kostenkant realistisch onder de aandacht te houden. 'Kan het met minder uren of kan het goedkoper?' zijn vragen die jaarlijks terugkomen. Daar besluiten we altijd op een goede verantwoorde en zorgvuldige manier over".

Uitdaging

Tessa heeft desgevraagd de volgende boodschap voor 1nergiek. "Behoud je mensen en blijf je de vraag stellen hoe je nieuwe mensen binnen krijgt? Dit is in deze tijd een grote uitdaging. Je moet mensen bereid zien te





Anticiperen

Om de servicekosten voor de huurders betaalbaar te houden, moet Tessa regelmatig op bepaalde situaties anticiperen. “We hebben dit bijvoorbeeld op het gebied van energieverbruik gedaan”, zegt ze. “Er werd in het nabije verleden in de vroege uren schoongemaakt, waardoor alle lichten aan moesten op het moment dat het winkelcentrum nog niet open was. Door de schoonmaak later in te plannen, liep dit gelijk met de openingstijden en scheelde dat bij de verlichting in de energiekosten. Bijkomend belangrijk voordeel was ook dat de schoonmakers meer zichtbaar werden en zich gerespecteerd voelden. Ook zijn de lampen vervangen door led-verlichting en is de automatische schakeling uitgezet. Het licht wordt nu enkel nog handmatig aan gedaan. Bij de toiletten is het spoelen van het water op een lagere norm afgesteld. Dankzij al dit soort dingen, bespaar je op het energieverbruik en denk je aan het milieu”.

Duurzaamheid

Tessa geeft aan dat duurzaamheid belangrijk is voor Wereldhave. Hoe gaat dat dan in de praktijk? “Bij nieuwe contracten worden er hogere eisen aan duurzaamheid gesteld”, vertelt ze. “Als vastgoedeigenaar moet je trouwens hiervoor sowieso aan bepaalde normen voldoen. Maar we gaan graag nog een stap verder. Wereldhave kijkt zodoende bij de schoonmaak welke producten er worden gebruikt. Ook hierin voldoet 1nergiek aan onze normen. Dat is mooi om te ervaren”.

Betrokkenheid

Wereldhave toont ook zijn maatschappelijke betrokkenheid. Zo worden evenementen in de

winkelcentra voor eenzame ouderen gehouden door hen gezamenlijk te laten ontbijten. Of men stelt een apart ‘shop-uurtje’ voor ouderen in, zodat ze in alle rust hun aankopen kunnen doen.

“Het gaat bij Wereldhave niet alleen om de gebouwen en het beheer, maar we houden ook de sociale aspecten in de gaten”, aldus Tessa. “Het geeft ons een goed gevoel om in deze opzichten met andere mensen rekening te houden”.



Ambities

Wel heeft Wereldhave met zijn winkelcentra bepaalde ambities. “We hebben hiervoor binnen ons bedrijf een strategie, die onder andere inhoudt om een winkelcentrum niet alleen uit retail te laten bestaan”, zegt Tessa. “We willen deze functie breder trekken. Zo zijn we altijd op zoek naar combinaties met horeca, leisure, gezondheid en wellness. Kortom, een full service niveau. Met Presikhaaf in Arnhem hebben we dit ook bereikt”.



“Zo hebben we hier gezondheid en wellness aan het winkelcentrum toegevoegd, zodat men bijvoorbeeld ook naar de tandarts of de fysio kan gaan. Hierdoor ontstaan meerdere redenen om het winkelcentrum te bezoeken”.

5 miljoen bezoekers

Eggert is in Purmerend uitgegroeid tot een winkelcentrum met 5 miljoen bezoekers per jaar. Het winkelgebied is een natuurlijk onderdeel geworden van het loopje door het centrum van de stad.

Tessa: “Ook voor de schoonmakers van 1nergiek is dit een uitdaging. Neem bijvoorbeeld de hangjongeren. Als ze ergens op een plek chips op de grond gooien en de schoonmaker is kort daarvoor net geweest, dan is dit best frustrerend. Maar we spelen hier goed op in en iedereen werkt flexibel mee. ‘Schoon, heel en veilig’ vormen nu eenmaal de basis van onze winkelcentra. Zodra er een signaal komt dat er weer troep ligt, of dat er dingen kapot zijn, seinen we meteen de schoonmakers en/of onze technische mensen in. Hetzelfde is bij de veiligheid van toepassing. Ook hier zijn we bijzonder alert op. Dat is ook een reden dat we de hele dag door schoonmakers, beveiligers en technisch personeel tot onze beschikking hebben”.

Klantenonderzoek

“Kortom, er zijn veel ‘bewegingen’ in dit gebied”, concludeert Tessa. “Dat is mede de reden dat we ieder kwartaal een klantenonderzoek doen over veiligheid, facilitair en schoon. We scoren hiermee hoge cijfers. Tevens blijven we innovatief. Zo hebben we onlangs een geurbeleving aan de trappenhuizen toegevoegd. Dit wordt door de bezoekers als bijzonder prettig ervaren. Ons intern ‘customer journey’ team heeft dit bedacht. Zo’n proactieve houding van Wereldhave wordt door veel mensen gewaardeerd”.

Lichte vloer

Het valt gelijk op bij een wandeling door het winkelcentrum Eggert dat er overal een lichte vloer ligt; best uitdagend te noemen. Het is zo goed schoongemaakt dat het bijna een spiegel-effect heeft. “Zo’n lichte vloer blijft voor de schoonmakers altijd een speciale uitdaging”, lacht Tessa. “Het is inderdaad knap dat ze er telkens weer in slagen om de vloer zo schoon te houden. Vooral omdat er zoveel mensen op lopen. We laten de schoonmaak overigens regelmatig keuren. Als blijkt dat de keuringen met vlag en wimpel zijn doorstaan, dan staat het gebak de volgende dag voor de schoonmakers klaar. Het is tenslotte niet vanzelfsprekend dat alles goed gaat. Het is en blijft mensenwerk dat je juist moet waarderen als blijkt dat ze hun werk weer prima hebben gedaan”.



Udo Wetzel

Accountmanager
bij Hazet



'Specialist in maatwerk'

Voormalig horeca-eigenaar Udo Wetzel (52) werkt sinds zeven jaar als accountmanager bij Hazet dat sinds 1931 een vakgroothandel is in hygiëne-, kleding en veiligheidsproducten.

Het moderne familiebedrijf Hazet maakt deel uit van een internationaal netwerk en is partner van igefta en INPACS. De Nederlandse vestiging in Zaandam is de leverancier van bedrijfskleding bij 1nergiek waarvoor Udo verantwoordelijk is. Hij vertelt over zijn passie voor het vak en de hechte relatie met 1nergiek.

Van vier naar één: de rebranding van 1nergiek

De relatie tussen Hazet en 1nergiek werd in februari 2018 behoorlijk geïntensiveerd. In februari werd de samenvoeging van vier schoonmaakbedrijven voltooid en ontstond het huidige 1nergiek. Deze vier schoonmaakbedrijven maakten allemaal deel uit van de holding Professional Facility Services Group (PFS Group).

Alle medewerkers werden volledig in het nieuw gestoken. Een enorme operatie en voor Hazet de basis voor een nog intensievere samenwerking tot op de dag van vandaag.

"Het was een fascinerend proces om mee te maken", herinnert hij zich. "Dit was een groot project waardoor ik veel contacten opdeed binnen 1nergiek. De relatie is in de jaren daarna altijd goed gebleven. Guido Wajer, de kwaliteitsmanager, is mijn directe contactpersoon die ik dan ook bijzonder waardeer".

Partnership

Udo: "De relatie tussen Hazet en 1nergiek is langdurig omdat afspraken wederzijds worden nagekomen. Tevens is er van onze kant sprake van service en een goede prijs-kwaliteitverhouding. We hebben een eigen drukkerij in huis, waardoor we snel kunnen anticiperen en schakelen. Voor 1nergiek is kwaliteit en service belangrijk. Het is dan ook een fijn bedrijf om voor én mee te werken". Extra service voor 1nergiek is de bedrukte voorraad in Zaandam voor het snel kunnen leveren.

"Ik houd er van om service te verlenen en koester het relatiebeheer. Dat spreekt me aan in mijn werk. Het geeft voldoening om projecten te mogen doen. Bij 1nergiek hebben we weliswaar tachtig procent standaardbestellingen, maar het gaat juist om die twintig procent. Dat zijn de 'krenten uit de pap' als het gaat om creativiteit".

Personeel

Udo ervaart dat veel schoonmaakbedrijven het moeilijk hebben om personeelsleden voor lange(re) tijd te behouden. Hazet kan daar een rol in spelen.

"Je verwacht het misschien niet, maar zelfs kleding heeft invloed op het werkplezier van medewerkers. Dus ja, je



kunt bijvoorbeeld met verschillende kledingpakketten positief inspelen op het binden van je personeel”, ervaart hij. “Ook in dit opzicht is het maatwerk, want de één wil net even iets meer stuks of geeft de voorkeur aan een ander model. Tevens kun je als werkgever schoenen beschikbaar stellen. Ik denk hier graag in mee. Veel schoonmaakbedrijven kiezen tenslotte voor een extra mooie uitstraling dat steeds belangrijker wordt. Neem bijvoorbeeld hoofddoeken voor de medewerksters. We hebben samen met 1nergiek hier een modieuze lijn voor ontworpen. Ondanks dat dit een persoonlijk item is, wordt dit door de medewerksters gewaardeerd. Maar denk ook aan blazers en jasjes. De ene medewerker wil een korte blazer en de ander juist weer een langer jasje. Al die versies hebben we voor 1nergiek ontwikkeld”.

Comfortabel

Udo: “We adviseren dagelijks met onze ruime kennis en ervaring op het gebied van bedrukte promotie- en bedrijfskleding in iedere branche. Binnen Hazet hebben we een uitgebreide specialistische afdeling voor bedrijfskleding. Dit doen wij in onze eigen drukkerij waar wij door middel van verschillende bedrukkingsmethoden kleding kunnen bedrukken. Tevens is het mogelijk om via onze online webshop kleding te bestellen. Ook dat ervaren onze klanten als een meerwaarde”.

“Onze klanten zijn o.a. het Kunstmuseum Den Haag, winkelcentrum Middenwaard, WTC Schiphol en Stadshart Amstelveen. Het betreft allemaal eigen bedrukking en kledingkeuze voor de medewerkers. Plus T-shirts en sweaters voor de uitzendkrachten”.

Duurzaamheid staat bij de groothandel in Zaandam hoog in het vaandel.

Een interessant aspect dat aandacht verdient. Zo heeft Hazet in 2023 de zogenaamde Green deal, dat staat voor samen werken aan duurzame zorg, ondertekend. De Green deal focust zich op het verduurzamen en gaat uit van vier thema's:

- De CO2-uitstoot van de zorgsector terug te dringen
- Circulair werken te bevorderen
- Medicijnresten in oppervlaktewater en grondwater terug te dringen
- Het creëren van een leefomgeving in en buiten zorginstellingen die de gezondheid bevordert

“Door ons ook hier bij aan te sluiten kunnen wij een actieve bijdrage leveren in het behalen van deze doelen”, vertelt Udo. “Als one-stop-shop groothandel dragen we bij aan het verminderen van de transportbewegingen in de sector, met als doel het verminderen van de CO2-uitstoot en kunnen wij adviseren in het gebruik van duurzame alternatieven zoals herbruikbare hulpmiddelen in plaats van wegwerproducten”.



Innovatieve houding

“We hebben een innovatieve houding en spelen graag in op specifieke wensen”, zegt Udo. “Uitgangspunt is dat de medewerkers de kleding met plezier dragen. Daarom moet het als gegoten zitten, passen bij de uitstraling van de organisatie en zijn toegespitst op het werk dat de medewerker uitvoert. Veilig én comfortabel werken, worden steeds belangrijker”.

Recycle

“Maar het stopt niet bij het leveren van kleding aan 1nergiek. Sinds 4 jaar zamelt 1nergiek ook alle oude kleding en schoenen in en wij zorgen voor de recycling en het eventueel gecertificeerd vernietigen. Ofwel kleding en schoenen krijgen een nieuw leven of eindigen na vervezeling in tassen, dekens, poetsdoeken of als vulmateriaal in bijv. meubilair. Zeg maar circulair ondernemen in een ander jasje”!





Joost en Martine

Operationeel managers bij 1nergiek

'Een goede organisatiestructuur staat voorop'

Joost Comes (39) en Martine van der Graaf (35) werken bij 1nergiek allebei als operationeel manager. Joost is daarbij eindverantwoordelijk voor de Specialistische Reiniging en Martine voor de reguliere schoonmaak. Zij sturen aan, coachen, verbeteren én faciliteren dagelijks de operationele processen binnen de organisatie. Tevens bezoekt het tweetal de objecten, opdrachtgevers en teams van 1nergiek.



In een duo-interview belichten zij hun verantwoordelijkheden, de werkwijze van het bedrijf, tendensen in de branche, de robotisering en de toekomst.

"Ik ben al ruim vier jaar verantwoordelijk voor de Specialistische Reiniging. Dit is over het algemeen projectmatig", vertelt Joost. "We hebben zo'n twintig specialisten rondlopen verdeeld als glazenwassers en specialistisch reinigers. Dat zijn verschillende teams die, als dit noodzakelijk is, met elkaar samenwerken. Ik heb de eer om samen met mijn collega Mustafa Bari de aansturing en coördinatie hiervan te doen. Hij is projectleider en zodoende mijn rechterhand".

Martine heeft weliswaar de opleiding 'entertainment en musical' gedaan maar raakte vervolgens in haar vierde jaar geblesseerd. Ze maakte haar studie af in de vakken hospitality en horeca. Vervolgens had men een stagiaire nodig in de Housekeeping. Als achttienjarige

was dit nu niet meteen haar droomfunctie, waarna ze na het afronden van haar opleiding toch in de schoonmaakbranche belandde.

Dynamisch

"Het dynamische sprak mij enorm aan", zegt Martine. "Dat was de voornaamste reden dat ik in de loop der jaren in de schoonmaakbranche actief bleef. Sinds twee jaar ben ik doorgroeid in mijn huidige functie bij 1nergiek. Ik ben verantwoordelijk voor de dagelijks schoonmaak- en onderhoudsprojecten landelijk, maar met name in de Randstad. We werken met zo'n 650 medewerkers (plus uitzendkrachten) op meer dan driehonderd locaties".

Werkwijze

1nergiek hanteert een gestructureerde werkwijze waarbij het proces begint met een grondige inventarisatie van de uitgesproken schoonmaakbehoeften én verwachtingen van de klant. Op basis hiervan wordt een gedetailleerde

aanpak opgesteld, inclusief de te gebruiken reinigingsmethoden, frequenties en benodigde materialen. Dit is het verschil tussen de dagelijkse schoonmaak en specialistische reiniging.

“Als eenmaal een specialistische offerte is uitgebracht dan wordt in 90% van de gevallen ons het werk gegund”, zegt Joost trots

De dagelijkse schoonmaak is vaak contractueel vastgelegd werk en bestaat o.a. uit werkplekken afnemen, prullenbakken legen, stofzuigen van kamers en verkeersruimten en het reinigen van sanitaire ruimtes. Bij specialistische reiniging is vaak sprake van periodiek én projectmatig werk zoals glasbewassing, gevelonderhoud, dieptereiniging sanitair en keukens, roltrapreiniging, vloeronderhoud en de calamiteiten oplossen.

Contact op één lijn

Het contact met de commerciële afdeling is close. Offertes worden met elkaar (dus operatie en commercie)

nauwkeurig besproken, zodat kan worden ingeschat of het project haalbaar is én bij 1nergiek past.

“We hebben de afspraak dat alle offertes langs ons bureau komen”, zegt Martine. “We moeten hier wel draagvlak voor hebben en antwoord geven op vragen als: passen wij bij deze opdrachtgevers en zij bij ons, wat is de vestigingsplaats en is er voldoende personeel (eigen of door overname) beschikbaar? Maar ook de inschatting dat we een partnership aangaan met de opdrachtgever en niet sec als kostenpost worden gezien. Want onze schooncollega's zijn ons succes en zij moeten met plezier kunnen werken en 'gezien worden'. Anders gaat het niet

“Het werken met mensen van verschillende culturen spreekt me hierbij aan”, aldus Martine

werken. Daarom is het belangrijk dat we die verbinding met 'sales' hebben”.

“Als eenmaal een specialistische offerte is uitgebracht dan wordt in 90% van de gevallen ons het werk gegund”, zegt Joost trots. “Het aansprekende van specialistische reiniging is dat je de echte werkervaringen op de werkvloer leert en direct resultaat ziet. Men stimuleert elkaar hier dan ook in”.

Culturen

“Het werken met mensen van verschillende culturen spreekt me hierbij aan”, aldus Martine. “Ik zeg altijd; het maakt niet uit of je een leidinggevende bent, want je probeert iedereen te begeleiden en te steunen, of het nu een schooncollega, een rayonmanager, een ambulante objectleider, mijn collega's van kantoor of Joost is (lachend). Iedere dag is flexibel inspelen op wat er gebeurt, want we werken met én voor mensen en daarbij ook nog eens sturen op je doelstellingen en gemaakte afspraken. We moeten tenslotte aan veel verschillende verwachtingen voldoen”.

Tendensen

Beide operationeel managers ervaren verschillende tendensen in de branche. “Vlak na de coronaperiode werd door onze opdrachtgevers veel in tapijtreiniging geïnvesteerd”, schetst Joost. “Dat zie je nu trouwens in het vastgoed in het hogere segment. Mensen vinden in deze tijd uitstraling belangrijk. Het gaat daarbij om de eerste indruk. Dit komt dan ook steeds vaker terug”.



Wetgeving

“De laatste jaren zie je wel dat de wetgeving strenger is geworden en organisaties milieu en duurzaamheid omarmen”, vult Martine aan. “Denk aan steeds meer gescheiden afvalstromen, aandacht voor energieverbruik en efficiënter omgaan met werkplekken en gebouwen”.





“Regelmatig denken mensen dat als ze een robot zien dat ze dan geen schoonmaker meer nodig hebben. Maar zo werkt het dus niet”, zegt Joost

“Je ziet ook dat steeds meer opdrachtgevers vragen naar duurzaamheid in de sanitaire ruimten. Hiervoor hebben we een samenwerking met WEPA. (In ons magazine komt dit nog uitgebreid aan de orde, red). Je merkt dat onze opdrachtgevers steeds meer dit in een protocol willen vastleggen en daarin dragen wij graag ons steentje bij”.

Robot of cobot

Martine: “Ook de invoering van schoonmaakrobots zijn al jaren een trend. Ik ben wel kritisch want het kan de schooncollega niet vervangen en daarom noem ik het eerder een cobot, want hij werkt samen met onze schooncollega. En veel locaties of ruimtes zijn nog niet geschikt. Ofwel de ontwikkeling gaat hard, maar we moeten daarin wel realistisch blijven. In een warehouse, ruim opgezet kantoorpand of winkelcentrum in de avond kan het zeker een toevoeging zijn. Schoonmaakdienstverlening dient echter zichtbaar te zijn, want beleving is ook steeds belangrijker geworden. Het mooie aan ons vak is dat de schooncollega rondloopt en zodoende veel meer als toegevoegde waarde voor de gebouwgebruikers waar is te nemen. De schoonmaker kan anticiperen op situaties als bijvoorbeeld de toiletten een extra schoonmaakbeurt nodig hebben of als er koffie is gemorst. Hij is dus altijd servicegerichter dan een geprogrammeerde robot”.

Innovatie

Joost: “Als je het hebt over innovatie dan komt de robot steeds vaker om de hoek kijken. Regelmatig denken mensen dat als ze een robot zien dat ze dan geen schoonmaker meer nodig hebben. Maar zo werkt het

dus niet. Er kan een storing optreden en specifieke zaken als bijvoorbeeld de randjes aan de zijkant van een ruimte zijn niet aan een robot besteed. Om maar niet te spreken over alle obstakels waar ‘ruim’ omheen gereden wordt. Daarbij is er geen enkele vorm van communicatie mogelijk. Er moet dus wel een schoonmaker in de buurt zijn voor de nodige ondersteuning, waardoor er toch weer iemand dient te worden ingezet. Ik moet toegeven dat het voor repeterend werk wel handiger kan zijn en dan denk ik aan een warehouse met lange stellingen waar die ‘s nachts doorheen kan rijden om de vloer schoon te houden”.

Meerwaarde

Joost en Martine ervaren in hun rol als operationeel managers vrijwel dagelijks de meerwaarde van 1nergiek bij hun opdrachtgevers.

“We zijn een middelgroot bedrijf met een platte organisatie”, concludeert Martine. “De rayonmanagers en hun ambulante objectleiders hebben veel beslissingsbevoegdheden, waardoor er snel kan worden geschakeld. De opdrachtgevers ervaren het als een voordeel dat we niet vastzitten aan overbodige interne protocollen en regels. Uiteraard gaat het om de gemaakte afspraken, maar we kunnen zaken meteen aanpassen”. “Het mooie is dat we constant kunnen schakelen tussen verschillende niveaus”, vult Joost aan. “Schoonmaak is dan ook een écht vak, waarbij je van mensen moet houden. We bedienen bij 1nergiek het hogere segment opdrachtgevers waarbij we aangeven dat er goede kwaliteit wordt geleverd”.

Hier gaan we iedere dag echt voor. Het zit in de genen van het bedrijf. Dit geldt ook voor de uitstraling en de communicatie van onze schooncollega’s. Je spreekt elkaar makkelijk aan. En natuurlijk maken ook wij fouten en als ons iets niet bevalt, dan praten we er over”.

Werkvloer

Joost en Martine komen zelf van de werkvloer. Na schooltijd maakte Joost in zijn jeugd schoon. “Dat was een leuke en plezierige tijd”, herinnert hij zich. “Ik begrijp zodoende hoe een schoonmaker denkt en handelt en dit kan vertalen naar de opdrachtgever. Het gebeurt soms dat ik ook dingen voor kan doen. Dit werkt prima, want je dwingt dan meteen spelenderwijs respect af. Een echte hiërarchie kennen we overigens niet. We kennen onze collega’s allemaal bij naam, iedereen is benaderbaar en we gaan respectvol met elkaar om”.

Martine: “Door je eigen praktijkervaring, weet je hoe bepaalde zaken verlopen. Terwijl ik dingen uitleg, gaat het werk door want ik help meteen even mee. Ondanks dat we als “de manager” worden beschouwd, is er geen afstand. Het kennen en respecteren van onze schooncollega’s is een sterke eigenschap binnen ons bedrijf”.



Hotelsector

“Uitdagingen zijn er bij 1nergiek voldoende”, lacht Martine. “Het is een bedrijf dat volop in beweging blijft. Zo zijn we ook in de hotelsector actief; uitgerekend een branche waar ik vandaan kom. Dit is binnen de schoonmaak een aparte tak van sport. Binnen een korte tijd en binnen een bepaald tijdslot moeten de kamers van een hotel worden schoongemaakt. Dat kun je absoluut hectisch en stressvol noemen. Je dient bijvoorbeeld rekening te houden dat elke dag nieuwe gasten om bijvoorbeeld 15:00 uur de kamer in willen. Of als een handdoek of zeepje vergeten is, dan dient de hotelgast meteen een klacht in”.

Topsport

Joost: “Hotellkamers zijn vaak kleinere ruimten die door meerdere personen worden gebruikt. Tevens is er dus sprake van een hoog belevingsniveau. Je kijkt dus naar andere elementen. In de hotellerie is sprake van topsport. Als ik een dag meewerk, ben ik om twaalf uur helemaal opgebrand”.

Ketens

Martine: “Schoonmaken in een hotel is inderdaad écht heel hard werken. We hebben de ambitie als

schoonmaakbedrijf hier verder in door te groeien. Dit betekent overigens wel dat we kritisch zijn en dus geen voorstander zijn om voor grote hotelketens te werken waar schoonmaak als “kostenpost” wordt gezien (en behandeld). Het gebeurt helaas nog te vaak dat dit soort ketens nauwelijks bereid zijn om voor kwalitatief hoogstaande schoonmaak de juiste prijs te betalen. We hebben betere ervaringen met de hotels die niet bij een keten zijn aangesloten”.



Duizendpoten

Er komt in de praktijk veel op Joost en Martine af. Als operationeel managers fungeren zij op de objecten en op kantoor als een duizendpoot. “Richting onze specialistische collega’s werken we met kleurtjes in de werkschema’s”, legt Joost uit. “Ook dit vereist een grote discipline, want veel is binnen de projecten afhankelijk van een goede organisatiestructuur en communicatie. Hierbij geef ik mijn team graag eigen verantwoordelijkheden. Ook om te stimuleren dat ze leren en zich ontwikkelen. Ja, dan moet je af en toe een risico nemen”.

“Het is belangrijk om op de juiste momenten te delegeren met name ook naar onze schooncollega’s op de werkvloer”, zegt Martine. “Zo moeten ze eerst proberen het zelf op te lossen, daarna kunnen ze altijd hun direct leidinggevende bellen alvorens ze mij benaderen. Er is altijd iemand die je helpt. In mijn functie kom ik twee tot vier keer op een object of op uitnodiging door de contactpersoon of omdat ik het zelf wil zien. Ik analyseer dan waar we staan, hoe onze dienstverlening er voor staat en tevens ben ik alert dat de gemaakte afspraken nagekomen worden en hoe we verder nog kunnen verrassen”.

Toekomst

Joost en Martine zien de toekomst positief tegemoet. “Vooropgesteld, ik leef in het moment”, reageert Joost. “Ik heb het prima naar mijn zin en kom in mijn werk nog steeds voldoende uitdagingen tegen. Iedere dag stap ik om vijf uur in de ochtend vanuit Drachten met plezier in mijn auto om naar de objecten of naar ons kantoor in Lijnden te rijden”.

“Ik woon in Almere, dus naar kantoor is het voor mij een relatief kleine afstand”, aldus Martine. “Ik houd er van om locaties te bezoeken, dus ik maak ook de nodige kilometers. Aangezien ik pas twee jaar bij 1nergiek actief ben, doe ik nog steeds veel inspiratie op en heb veel gave uitdagingen. Zowel in- als extern”.

Carlos Machado de Oliveira

Facilities Manager van Versuni



'Schoonmaak belangrijk voor fijne werkomgeving'

Carlos Machado de Oliveira is Facilities Manager van Versuni in een fraai gebouw op de Zuidas in Amsterdam. In deze hoedanigheid werkt hij elke dag met de schooncollega's van 1nergiek.

Tijdens dit interview geeft Carlos (39) uitleg over de eisen op grote kantooretages om een pand schoon te houden, zijn beleving over 1nergiek en vertelt hij over zijn leven in Nederland. Want Carlos, afkomstig uit Brazilië, woonde met zijn vriendin een aantal jaren in Barcelona om vervolgens voor een emigratie en een bestaan in Nederland te kiezen. Zijn vriendin woonde 15 jaar in Barcelona waar hij architectuur studeerde en zijn master haalde.

Carlos koos er uiteindelijk voor om samen met zijn vriendin in het pittoreske Laren te gaan wonen. "Ach, je moet alles uit het leven halen", lacht hij breeduit op één van de ruime én sfeervolle verdiepingen waar Versuni (voorheen Philips) is gevestigd aan de Amsterdamse Claude Debussylaan 88. "Ik ben nu twee jaar in Nederland. We hebben bewust voor deze stap gekozen, want we vinden het een fijn land met hele aardige mensen".

"Het is heerlijk om nieuwe dingen te ontdekken. Ik houd van de verschillende culturen in de steden. Het weer is weliswaar minder dan in Spanje, maar het is prima uit te houden. We willen hier een nieuw bestaan opbouwen. Mijn ambitie is onder meer om vloeiend Nederlands te leren. Ik zit bij Versuni volledig op mijn plaats om mezelf ook in dat opzicht verder te ontwikkelen".



Turning houses into homes

Het doel van Versuni is om van een huis, een thuis te maken. Deze ambitie gaat gepaard met de verantwoordelijkheid om nieuwe normen te stellen en duurzamere praktijken in de waardeketen toe te passen. Denk hierbij aan kleinere verpakkingen van 100% gerecycled papier, QR-code in plaats van de afgedrukte meertalige gebruikershandleidingen en het plastic voor eenmalig gebruik in de verpakking vervangen door duurzamere

alternatieven in het Philips-portfolio. En dat allemaal wereldwijd binnen vier jaar.

Om de grootste impact te hebben, zal de nieuwe verpakking eerst worden toegepast op Versuni's best verkopende huishoudelijke apparaten van Philips, waaronder de Philips Airfryer, LatteGo espressomachine, stoomstrijkijzer uit de 3000-serie, luchtreiniger en draadloze stofzuiger uit de 8000-serie.



Oplossingen

Versuni heeft een bewezen track record in de industrie van huishoudelijke apparaten (koffiezetapparaten, airfryers, handstomers enz.) en brengt merken op de markt zoals Philips, Philips Baristina, Saeco enz.

Carlos is als Facilities Manager verantwoordelijk voor het coördineren en beheren van alle facilitaire aspecten van het gebouw, zoals onderhoud, schoonmaak, beveiliging en het algemene beheer van de werkomgeving.

Optimaal

Hij werkt samen met verschillende afdelingen en leveranciers om ervoor te zorgen dat de faciliteiten optimaal worden beheerd en voldoen aan de behoeften van de gebouwgebruikers. In zijn rol als Facilities Manager

is Carlos eveneens verantwoordelijk voor het budgetbeheer, het opstellen van beleid, de planning en procedures en het implementeren van duurzaamheidsinitiatieven.

Nakomen van afspraken en flexibel

“Mijn baan kent veel diversiteit”, zegt Carlos. “Dat bezorgt me niet alleen werkplezier maar levert tal van nieuwe uitdagingen op. Hoe de samenwerking met 1nergiek verloopt? Heel goed, want het bedrijf is niet alleen in staat om vaste vakbekwame schoonmakers te leveren, maar de gemaakt afspraken worden waargemaakt. Er is dan ook sprake van een ontzorging op schoonmaakgebied. Het is belangrijk om een schoonmaakplan op te stellen en na te komen dat regelmatige reiniging van alle ruimtes en oppervlakken in het bedrijf garandeert, waarbij ook ruimte is om flexibel te zijn”.



Versuni is gevestigd in The Rock Building op de Zuidas



Waarmaken

Carlos: “Dagelijks werken er gemiddeld zeven medewerkers van 1nergiek bij ons. Het was voor ons een belangrijke besluit om van schoonmaakbedrijf te wisselen en 1nergiek aan de slag te laten gaan. Ze hebben het waargemaakt. Het woordje ‘Nee’ komt niet in hun vocabulaire voor. Tevens kunnen het management en de medewerkers oplossingsgericht werken. Ik vertrouw hen hierop en geef ze de verantwoordelijkheid. Zij zijn tenslotte de specialisten”.

“Ik houd er van als men zo werkt. Ook de prettige en directe communicatie wordt op prijs gesteld. We werken nu zo’n anderhalf jaar met 1nergiek. Je merkt van beide kanten dat er sprake is van een partnership”.

Proces

Carlos belicht een aantal werkzaamheden dat door de schooncollega’s wordt gedaan. “Op sommige dagen

werken er gemiddeld 200 mensen op de afdelingen. Het is belangrijk dat dit in een veilige, schone en hygiënische werkomgeving plaatsvindt”.

“Schoonmaken en -houden is het proces van het reinigen en opruimen van een ruimte om deze vrij te maken van vuil, stof, rommel en andere ongewenste zaken. Dit kan variëren van het stofzuigen en afnemen van oppervlakken tot het schrobben van vloeren en het desinfecteren van oppervlakken”, zegt Carlos. “Schoonmaken is tenslotte belangrijk om een gezonde en hygiënische omgeving te behouden en kan helpen om ziektekiemen en bacteriën te verwijderen. We hebben verschillende ‘meeting-rooms’ met veel verloop. Schoonmaak is dus een taak die regelmatig moet worden uitgevoerd om een schone, frisse en veilige omgeving te behouden. Ik vind het mooi om hier vanuit mijn vak een steentje aan bij te dragen”.

Liselot Bocxe

Office manager bij 1nergiek



'Talentvolle spin in het web'

Liselot Bocxe (25) is ruim vier jaar werkzaam als Office manager bij 1nergiek. Algemeen directeur Laetitia Simonis is bijzonder te spreken over haar inzet, talent en betrokkenheid.

"Het is fijn om zo'n talentvolle Office manager naast me te hebben", aldus Laetitia. "Daarom willen we op kantoor graag in jonge mensen investeren, die de juiste drive hebben en er echt voor willen gaan. Want Liselot is flexibel, vrolijk en past zelf haar taken aan waar nodig, waardoor ze een waardevolle schakel is in het soepel laten verlopen van de verschillende bedrijfsprocessen binnen de organisatie".

Kortom, tijd voor een nadere kennismaking met Liselot, die op haar twintigste bij 1nergiek binnenstapte. Ze combineert werk en studie bij het bedrijf en krijgt hiervoor dan ook alle gelegenheid.

"Mijn persoonlijkheid laat zich het best omschrijven als energiek, enthousiast, sociaal, leergierig en behulpzaam"

Voorafgaand aan haar huidige rol als office manager bij 1nergiek, heeft Liselot ervaring opgedaan in de horeca/cateringbranche. Naar haar mening sluit deze achtergrond goed aan, aangezien beide sectoren zich richten op gastvrijheid, klantgerichtheid en het bieden van service.

"Mijn persoonlijkheid laat zich het best omschrijven als energiek, enthousiast, sociaal, leergierig en behulpzaam. In mijn vrije tijd neemt sport, waaronder tennis en fitness, een belangrijke plaats in. Shoppen vind ik ook leuk en

verder breng ik graag tijd door met vrienden en familie. Bovendien ben ik een liefhebber van lekker uit eten gaan".

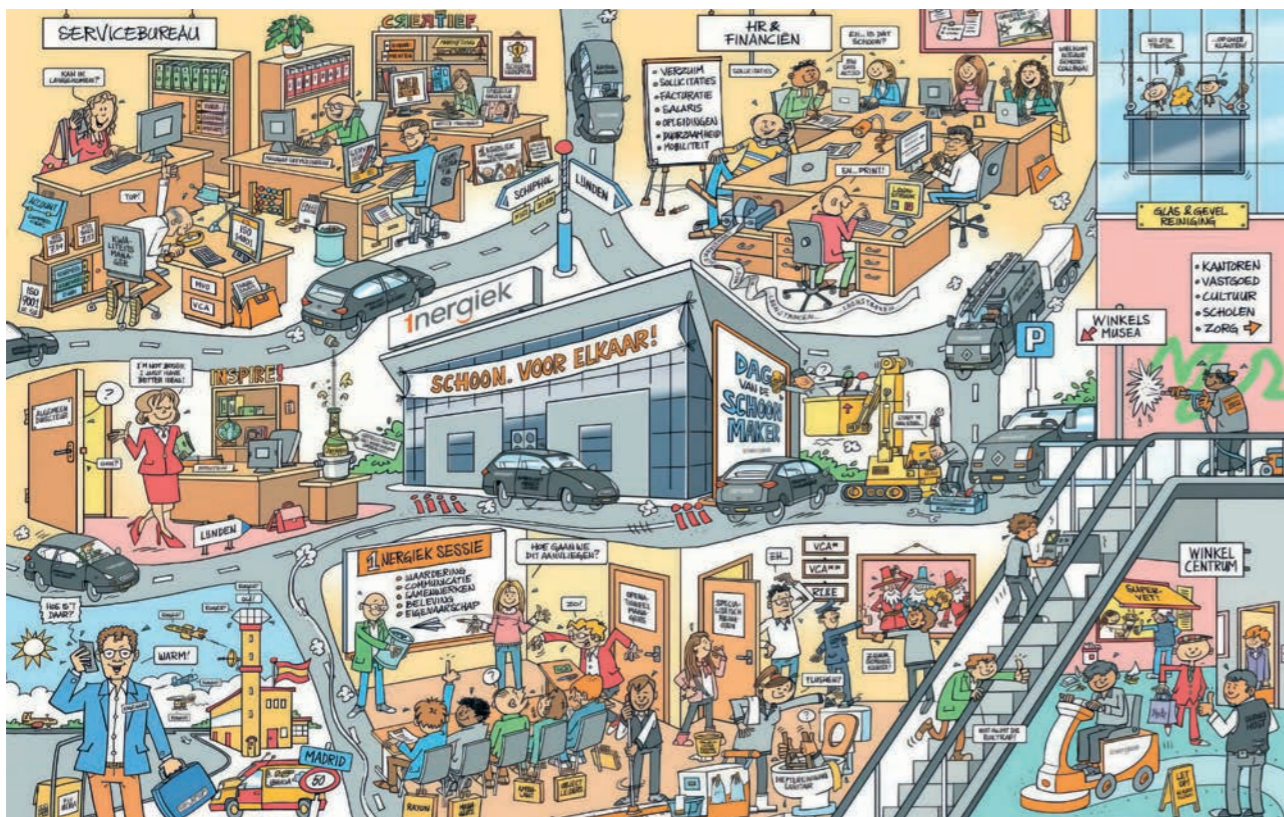
Studie

Naast haar rol als Office manager is Liselot bezig met haar studie HBO Bedrijfskunde die ze deze zomer hoopt af te ronden. Vier jaar geleden startte ze met de opleiding AD Management. Na afronding hiervan stroomde ze door naar het derde jaar van HBO Bedrijfskunde. Deze studie combineert ze met een 32-urige baan bij 1nergiek. Op deze wijze heeft ze een (uitdagende) balans gevonden tussen werk en persoonlijke ontwikkeling".

Rol

"In mijn rol bij 1nergiek fungeer ik als de 'spin in het web', waarbij mijn verantwoordelijkheden zich uitstrekken over diverse taken", vertelt Liselot. "Ik vervul verschillende organisatorische, administratieve en facilitaire werkzaamheden, wat deze functie dynamisch en boeiend maakt en mij veel energie geeft. Mijn taken omvatten onder andere het beheer van de telefonie, laptops en





wagenpark, het organiseren van festiviteiten en attenties, facilitaire zaken voor het kantoor en het organiseren van evenementen zoals personeelsuitjes en de Vakbeurs Facilitair & Gebouwenbeheer. En zelf vond ik het ook echt gaaf om onze 1nergiek-puzzel te ontwerpen. Daar hebben we heel veel mensen al mee blij gemaakt!”

Ondersteuning

Tevens is Liselot betrokken bij de afdeling HR voor het werven van personeel en zorgt, naast het opmaken en plaatsen van de vacatures op de website, ook dat alles op orde is voor nieuwe collega's die bij 1nergiek komen werken. Daarnaast biedt zij ondersteuning aan afdelingen zoals het Servicebureau, Kwaliteitsmanagement en commercie.

“Wat mijn functie extra interessant maakt, is de diversiteit aan taken”, concludeert Liselot. “Naast mijn betrokkenheid bij organisatorische en facilitaire aspecten draag ik medeverantwoordelijkheid voor marketing & communicatie. Dit betekent dat ik de website en sociale media actueel bijhoud, nieuwsbrieven maak, onze huisstijl bewaak en diverse benodigdheden regel, variërend van divers drukwerk tot het bestickeren van werkwagens, auto's en machines”.

Vrijheid

“Bij 1nergiek ervaar ik een bepaalde vrijheid in mijn functie, waardoor ik mijn creativiteit volledig kan benutten”, vult Liselot aan. “De informele werksfeer en open communicatie creëren een omgeving waarin ik altijd bij mijn collega's terecht kan met vragen. Er heerst bij ons bedrijf dan ook een cultuur van samenwerken en het bieden van een helpende hand”. Dit maakt 1nergiek voor mij bijzonder: een prettige werkomgeving waarin je jezelf kunt zijn, ruimte hebt om te groeien, gehoord wordt, en de vrijheid hebt voor eigen initiatief en inbreng.”

Ontwikkelen

Voor Liselot is het belangrijk dat ze zichzelf blijft ontwikkelen. “Ik voel me daarom op mijn plek bij 1nergiek”, concludeert ze. “Elke dag is anders en dat maakt het werk bijzonder uitdagend. Op dit moment ben ik tevreden met mijn positie binnen 1nergiek en zie ik het als een ideale omgeving om mijn vaardigheden verder te ontwikkelen en bij te dragen aan de groei en succes van het bedrijf”.

“Ik ben dankbaar voor alle kansen die ik krijg en dat ik elke dag kan leren. De energieke sfeer en aardige collega's zorgen er voor dat ik met plezier naar mijn werk ga. Ik voel me oprecht gewaardeerd en ben trots om deel uit te maken van het team”.

“Ik waardeer het enorm dat 1nergiek mij de ruimte biedt om mezelf te ontwikkelen en mijn studieopdrachten uit te voeren”

Cruciale rol

“Mijn leidinggevenden spelen hierin een cruciale rol. Ze luisteren, bieden coaching, zorgen voor motivatie en ondersteunen hierdoor mijn ontwikkeling. De platte organisatiestructuur met korte lijnen bij 1nergiek vind ik prettig. Dit stelt ons in staat om snel te schakelen en gezamenlijk resultaten te behalen, waar we allemaal verantwoordelijkheid voor dragen”.

“Een schone omgeving is belangrijk”

Schoonmaakmedewerkers zijn volgens Liselot heel waardevol. “Helaas wordt op het vak vaak neergekeken, terwijl een schone omgeving zo belangrijk is en een dienst die altijd nodig zal zijn”, concludeert de HBO-studente. “Ik heb veel bewondering voor de mensen op de werkvloer. Ze werken hard en zijn werkelijk onmisbaar. Ze zorgen niet alleen voor een schone omgeving, maar ook voor een fijne (werk) omgeving waar je je als bezoeker of werknemer op je gemak voelt”.



Liselot beveelt 1nergiek aan bij leeftijdsgenoten

“Iedereen draagt daarom op zijn eigen manier bij aan het succes van 1nergiek. We hebben een groot bereik en portefeuille opgebouwd waar we met z'n allen trots op kunnen zijn”.

Liselot: “Daarnaast waardeer ik het enorm dat 1nergiek mij de ruimte biedt om mezelf te ontwikkelen en mijn studieopdrachten uit te voeren. Het interessante aan deeltijdstudie is dan ook om de onderzoeken die ik voor mijn studie uitvoer meteen toe te passen binnen het bedrijf. Dit geeft mij niet alleen de kans om te groeien, maar toont aan dat 1nergiek actief meedenkt en investeert in de persoonlijke ontwikkeling van haar medewerkers. Het feit dat ze zelfs een functie speciaal voor mij hebben gecreëerd, vind ik bijzonder. Dit laat zien dat de organisatie betrokken en flexibel is als werkgever. Dat waardeer ik dan ook enorm”.

“Bij dit bedrijf valt veel te leren en er heerst een gezellige sfeer”, zegt ze. “Collega's staan altijd klaar om te helpen en je hebt de vrijheid om zelfstandig te werken. De werkomgeving is prettig. Daarbij is er altijd wel iets te doen. De schoonmaakbranche is een boeiende en dynamische sector waar veel gebeurt. Ook is het een sector dat creativiteit en snel schakelen vereist”.

Renno Guitjens

Sales manager bij Werner & Mertz Nederland



'Circulair ondernemen staat voorop'

Renno Guitjens (51) werkt ruim een jaar als sales manager bij Werner & Mertz Nederland. Daarvoor was hij 16,5 jaar actief bij MTS Euro Products en heeft zodoende veel ervaring in de schoonmaakbranche opgedaan.

De 'Professional Division' van het familiebedrijf Werner & Mertz, opgericht in 1971, biedt relaties hoogwaardige hygiëneoplossingen voor gebruik in de professionele reiniging. Het bedrijf is genomineerd voor de Innovation Award 2024 met de "Switch" die binnenkort tijdens de schoonmaakbeurs in Amsterdam wordt uitgereikt.

"Onze gevestigde merken zijn Green Care Professional en Tana Professional, die ondersteund worden door kundige en gemotiveerde medewerkers", vertelt Renno. "We worden gedreven door onze wens om een duurzame levensstijl voor de meerderheid haalbaar te maken; zelfs buiten de grenzen van onze merken".

"Green Care Professional staat voor hoogwaardige duurzame schoonmaakproducten in harmonie met de natuur. In onze holistische interpretatie van reinheid zien we zowel de resultaten van reinigingsprocessen als de voordelen van schone producten voor mens, dier en milieu".



"Green Care Professional staat voor hoogwaardige duurzame schoonmaakproducten in harmonie met de natuur"

Pionier

Werner & Mertz mag als een pionier in ecologisch reinigen worden beschouwd. Het 150 jaar oude familiebedrijf, met de hoofdvestiging in het Duitse Mainz, introduceerde dertig jaar geleden al een eco-lijn in haar productassortiment.

Renno is een trotse ambassadeur van de onderneming, die 1.200 medewerkers telt. "Dit is een familiebedrijf, de vijfde generatie nu, dat haar middelen hoofdzakelijk inzet voor research en doorontwikkeling", zegt hij. "Circulair ondernemen staat voorop".





Overstap naar Werner & Mertz Nederland

Renno zit inmiddels zo'n 25 jaar in het schoonmaakvak. Zijn overstap naar Werner & Mertz Nederland baarde in de branche toch enig opzien. "Ik was toe aan iets nieuws", vertelt Renno. "Na een jaar mag ik concluderen dat het een goede keuze is geweest. Mijn verhaal is nu vooral storytelling, wie zijn wij, hoe produceren wij onze producten, wat is de werking en beleving ervan en uiteindelijk pas de vraag: wat kost het eigenlijk? Een totaal andere manier van werken die mij erg goed bevalt. Dit heeft vooral met de werkdruk te maken. Werner & Mertz doet niet aan "greenwashing" ofwel je duurzamer voordoen dan je bent. Duurzaam ondernemen doe je vanuit een intrinsieke motivatie of je doet het niet. Een duurzaam product is slechts een fractie van wat circulair ondernemen is".

Hergebruik van verpakkingen

"1nergiek werkt met microvezel, milieuvriendelijke reinigingsmiddelen en met materialen en verpakkingen die we kunnen hergebruiken. Daarmee verkleinen we serieus het gebruik van chemische middelen en beperken we onze afvalstroom", zegt Guido Wajer, kwaliteitsmanager. "Voor de schoonmaakmiddelen die we inzetten, gebruiken we zoveel mogelijk middelen met het Cradle2Cradle® label en EU Ecolabel. Dit geeft aan dat de middelen, de verpakking en de productie volledig biologisch afbreekbaar zijn en weer nuttig kunnen worden ingezet in een ander product".



Werner & Mertz levert schoonmaakmiddelen voor onder andere interieur, sanitair, vloeren, vaatwas en linnenwas. De onderneming is in vrijwel alle sectoren actief, van industrie tot horeca en van overheid tot scholen en zorginstellingen".

DNA

"In het DNA van ons bedrijf zit de werkwijze om zo duurzaam mogelijk te willen produceren", aldus Renno. "De grondstoffen, energie, water en verpakkingen zijn onze pijlers. Sinds 2013 werkt Werner & Mertz voornamelijk met de "tweede generatie" tensio-actieve stoffen die komen van koolzaad-, olijf- en lijnolie waarbij speciaal gelet wordt dat het gaat om reststoffen die niet meer gebruikt kunnen worden voor levensmiddelen of veevoeding. Deze grondstoffen worden lokaal (Europa) gewonnen. In de grondstoffen zijn we uniek, omdat we niet meer werken met aardolie, maar we halen in Europa grondstoffen uit olijfolie. De derde persing halen we naar Mainz waar de fabriek staat. We hebben een overschot aan duurzaam opgewekte energie en onze verpakkingen zijn gemaakt uit honderd procent gerecycled materiaal".

Werner & Mertz levert aan schoonmaakgroothandels zoals Hijman die vervolgens weer de huisleverancier is van 1nergiek. "Er is door 1nergiek bewust gekozen voor Werner & Mertz vanwege de producten", legt Renno uit. "Wel is er met toestemming van Hijman rechtstreeks contact met 1nergiek waar kwaliteitsmanager Guido Wajer onze contactpersoon is. Dit gebeurt dan ook op zijn verzoek, want hij wil graag de achtergronden van de producten weten en snel kunnen schakelen met vragen of advies".

Certificeringen

Renno: "Leveranciers praten in de schoonmaak graag over chemieloos schoonmaken. En vervolgens komen zij met allerlei alternatieven. "Eco" is bijvoorbeeld geen beschermd woord. We zijn echter het bedrijf dat de certificeringen tot in de hoogste graad hebben gehaald. Hier is

bewust in geïnvesteerd. We zijn als het om circulair ondernemen gaat een partij die een voorsprong heeft. Het is daarom dat de groothandelaren erg tevreden zijn met en over onze producten".

"1nergiek werkt met microvezel, milieuvriendelijke reinigingsmiddelen en met materialen en verpakkingen die we kunnen hergebruiken"

"1nergiek kiest bewust voor duurzame producten met een goede beleving en prijs. Deze combinatie is uitstekend. In het kostenplaatje van schoonmaakbedrijven gaat het om slechts vijf procent als we praten over chemie, materialen en machines. Het overgrote deel is personeelskosten. 1nergiek blijft echter altijd geïnteresseerd in ontwikkelingen. Het is mooi dat het bedrijf op dit gebied keuzes durft te maken".



Annabelle Birnie

Directeur van
H'ART Museum



Fotografie: Anne Timmer

'De kunst van vandaag is het erfgoed van morgen'

Annabelle Birnie is sinds 2021 directeur van H'ART Museum aan de Amstel en De Nieuwe Kerk aan de Dam in Amsterdam. Hiervoor was ze directeur van het Drents Museum, het Amsterdams Fonds voor de Kunst en werkte ze als directeur Sponsoring, Events en Art Management bij de ING.

H'ART Museum, voorheen Hermitage Amsterdam, is een internationaal museum waar kunstwerken en verhalen van over de hele wereld worden samengebracht in unieke tentoonstellingen. Hetzelfde geldt voor De Nieuwe Kerk alhoewel beide musea ook weer heel verschillend zijn.

"Ik ben hier drie jaar geleden als directeur begonnen", vertelt Annabelle. "Dat was midden in de Covid-periode. De eerste vijf maanden na mijn aanstelling waren we gesloten. Dat was een vreemde gewaarwording, want je wilde de prachtige schilderijen en andere kunstwerken graag aan het grote publiek tonen. Het was echt een lastige periode, maar we zijn er redelijk doorheen gekomen".

"Hoe anders is het nu, anno 2024, dat we weer vele tentoonstellingen kunnen maken voor het grote publiek, zoals onlangs een over Indonesië in De Nieuwe Kerk, waar meer dan honderduizend mensen op afkwamen".



Fotografie: Eva Bloem

Directeurschap van H'ART Museum en De Nieuwe Kerk is een bijzondere combinatie. Ook omdat het speciale gebouwen zijn

"Het is geweldig om dit te mogen doen. Iedere dag verval ik met veel plezier mijn missie. Er zijn zoveel aansprekende uitdagingen die op mijn culturele pad komen. Maar dat geldt ook in logistiek opzicht".

"De Nieuwe Kerk, een iconisch monument en symbool van onze nationale geschiedenis, staat voor een kritieke

uitdaging. Acht zuilen van de kerk hebben dringend funderingsherstel nodig. Deze werkzaamheden starten medio juli 2024 en zijn afgerond in 2025. Dit gaat trouwens veel schoonmaak opleveren".

"Als je fundering gaat verstevigen, komt er natuurlijk ongelofelijk veel stof vrij. Een aantal kostbare voorwerpen zoals het grootste orgel van Nederland, een bijzonder koorhek en een fraaie preekstoel pakken we natuurlijk extra goed in omdat ze zo kwetsbaar zijn. En ja, tijdens de herfundering komt 1nergiek natuurlijk ook om de hoek kijken want De Nieuwe Kerk blijft wel open voor bezoekers".

Het wordt een ingewikkelde en grootschalige operatie?

"Om de voorwerpen goed te kunnen beschermen tegen al het vuil pak je ze tweemaal in, want het stof gaat al op de buitenste laag zitten. Dit wordt overigens door erfgoed-restauratoren gedaan, want het vereist een specialistische aanpak. Na deze restauratie gaat de vloer voor de komende honderd jaar weer dicht. Het is voor het publiek daarom een unieke kans om een kijkje te nemen onder de eeuwenoude vloer".

Grote begraafplaats

"De Nieuwe Kerk was vroeger, net als vele andere kerken, een grote begraafplaats. Het heeft ook de mystiek van 'wie hebben daar dan gelegen?'. Ik ben blij dat ik dit mag meemaken. De laatste keer was bijna 20 jaar geleden en daarvoor in 1990 en 1981. Als dit klaar is, gaat de fundering zeker weer honderd jaar mee en zal de vloer gedurende deze periode niet meer opengaan".

"Ik vind het belangrijk en fijn om te zien dat onze collega-schoonmakers het naar hun zin hebben bij ons"

Wat zijn je ervaringen met de schoonmaakteams van 1nergiek?

"Het is heel fijn hoe we met 1nergiek samenwerken. Er lopen gemiddeld vijf, soms zes schoonmakers per dag rond. Dit gebeurt zeven dagen per week, want we



Fotografie: Sam Eye Am



Fotografie: Eva Bloem



zijn ook in de weekenden open. We hebben een aantal vaste schoonmaakteams die ervaring met de omgeving hebben. Dat is héél belangrijk, want omgaan met ruimtes waarin kunst hangt is een specifiek iets. We zijn tenslotte een museum waar de mooiste kunstwerken ter wereld te zien zijn”.

Deze schoonmaak kun je niet zomaar iedereen laten doen?

“Inderdaad, het is meer dan een vak op zich. Naast de kwalitatief goede schoonmaak, spelen veiligheid, beleving en klantvriendelijkheid een grote rol. Dit zijn belangrijke voorwaarden waar we als museum aan willen en moeten voldoen. Iedereen die bij ons werkt, in welke functie dan ook, draagt hieraan bij. Ook in dat opzicht doen de schoonmakers van 1nergiek het prima. Ze zijn onderdeel van onze organisatie”.

Wat zijn voor jou belangrijke aspecten op de werkvloer?

“Ik vind het belangrijk en fijn om te zien dat onze collega-schoonmakers het naar hun zin hebben bij ons. Ik maak graag een praatje en ik word blij als ik door de gangen gelach hoor. Het is belangrijk om te merken dat mensen het plezierig vinden om hier te werken. Dat draagt immers ook weer bij aan een positieve bezoekers- en publieksbeleving. Iets wat hoog in het vaandel staat bij ons. Een goede sfeer kun je tenslotte uitdragen. Ook de schoonmakers leveren hier door hun houding en gedrag een belangrijke bijdrage aan. Maar dit geldt eveneens voor de collega's van de beveiliging, de horeca, de winkel, achter de kassa en ook het management”.

Je hecht waarde aan een informele band tussen de medewerkers?

“Klopt. De schoonmakers van 1nergiek worden altijd voor onze personeelsbijeenkomsten uitgenodigd. We doen het tenslotte met z'n allen. Op deze wijze leer je elkaar ook informeel kennen. Sterker nog, op een gegeven moment ken je ook sommigen van hun familieleden omdat zij bijvoorbeeld met hun (klein)kinderen het museum bezoeken. Ik vind dat belangrijk en open hiervoor graag onze deuren”.

Het komt regelmatig voor dat hoogwaardigheidsbekleders als ministers langskomen in het museum. Moeten schoonmakers en andere medewerkers daar vaak rekening mee houden?

“Ik liep onlangs met de minister van Cultuur door het museum, waarna we Anna van 1nergiek tegen kwamen.



Fotografie: Eva Bloem

Wellicht dacht ze ‘nu moet ik even opzij gaan’, maar dat wilde ik juist niet en stelde haar aan de minister voor. Nogmaals we houden het museum met elkaar in een goede staat. De minister en Anna hebben met elkaar gesproken. Dat was misschien wel een van de leukste momenten van het bezoek”.

Sommige projecten zijn behoorlijk pittig voor de schoonmakers?

“Ja, zeker! We doen bijvoorbeeld mee aan de museumnacht. Dan komen er veel jongeren naar het museum, die echter een andere insteek hebben dan de reguliere museumbezoeker. Jongeren zien het als een feestje, waardoor er een soort van horeca-event ontstaat. Voor de schoonmakers is dit heel pittig, want zij moeten hierop inspelen. Het gaat om grote groepen die graag een drankje drinken. Ik heb er echt bewondering voor hoe de schoonmakers hiermee omgaan. Zij zorgen ervoor dat we de volgende dag weer open kunnen. Alsof er niks gebeurd is”.

Ook dit museum heeft te maken met duurzaamheid?

“Dat is sowieso niet meer weg te denken uit onze samenleving, dus ook niet in de cultuursector. Je kunt in een museum niet met alle middelen werken. Maar ik hoef niet om te kijken naar de schoonmaakspullen die de medewerkers van 1nergiek gebruiken, want ik weet dat deze duurzaam zijn en dat ze hier zorgvuldig mee omgaan. 1nergiek heeft dit gewoon prima voor elkaar”.



Fotografie: Eva B.

In het kader van duurzaamheid doet het museum iets unieks?

“Wat ons historisch pand écht bijzonder maakt, is dat we meer dan driehonderd zonnepanelen op het dak hebben liggen. Daarnaast hebben we een zogeheten ‘warmte-koude opslag’. Het systeem bestaat uit twee grote pompen. We creëren warmte door de aanwezigheid van bezoekers en krijgen door dit systeem er koudere frisse lucht voor terug”.

Jullie houden in verschillende opzichten rekening met het milieu?

“We hebben een prachtige groene binnentuin, die we graag zo houden. Het groene aspect staat hierbij voorop. Veel medewerkers gebruiken geen gemotoriseerde voertuigen om naar het werk te komen. Velen komen met de fiets, het OV of lopend. Dat geldt ook voor veel medewerkers van 1nergiek. Voor ons allemaal is dit

inmiddels een normale ‘mindset’, maar het is eigenlijk best bijzonder”.

Diversiteit staat in jouw visie hoog in het vaandel?

“We zijn een plek voor iedereen. Diversiteit vindt ook onder onze gasten plaats. Iedereen is welkom betekent dan ook daadwerkelijk iedereen. Ik vind het fijn dat mensen die hier werken de (vaste) gasten niet alleen leren kennen, maar zichzelf er ook in herkennen. In onze museumprogramma’s is eveneens sprake van diversiteit. Mensen in een rolstoel of slecht ter been kunnen bij ons terecht. Hetzelfde geldt voor gasten met dementie of die gebaat zijn bij ‘prikkelarme’ rondleidingen. Uiteraard is ook de jeugd van harte welkom. Leeftijd speelt bij ons geen rol. Men voelt zich thuis, omdat iedereen zich herkent in de gasten, de medewerkers, de kunst en het gebouw”.

Geavanceerd verwarmingssysteem

Dit warmtesysteem, genaamd Cortues, is een geavanceerd verwarmingssysteem dat gebruikmaakt van innovatieve technologieën om warmte te leveren aan een gebouw. Het systeem maakt gebruik van intelligente regelsystemen en sensoren om de warmteproductie te optimaliseren en energie te besparen. Cortues-systemen kunnen worden aangepast aan de specifieke behoeften van een gebouw en bieden een efficiënte en comfortabele manier om warmte te leveren.



H'ART museum werkt zonder subsidie?

“We zijn inderdaad ongesubsidieerd. Ik ben er trots op dat we geen subsidie van de (lokale) overheid nodig hebben. Ik merk weliswaar dat onze financiers anno 2024 veel worden bevraagd, maar ze dragen ons museum nog altijd een warm hart toe. Dat blijft mooi

om te ervaren. De ‘kunst van vandaag is het erfgoed van morgen’, is de slogan die zij ook respecteren. Ik ben benieuwd hoe het nieuwe kabinet hiermee zal omgaan. In Nederland mogen we tenslotte heel trots zijn op alle musea, schilderijen en kunstvoorwerpen die we hebben”.

Guido Wajer

Kwaliteitsmanager bij 1nergiek



'De schoonmaakwereld is net drijfzand. Als je er eenmaal in zit, kom je er nooit meer uit'

Guido Wajer (58) is maar liefst 24 jaar bij het huidige schoonmaakbedrijf werkzaam, dat na een samenvoeging van 4 bedrijven in 2018 verder ging onder de naam 1nergiek.

In zijn functie als Kwaliteitsmanager geeft hij om deze feestelijke reden volgend jaar voor al zijn collega's vast en zeker een jubileumfeest als de 25 jaar wordt aangetikt. Naast het kwaliteits- & veiligheidsmanagement is Guido ook verantwoordelijk dat alle certificeringen en Keurmerken op orde zijn. Iedereen de juiste processen en procedures kent én volgt. Daarnaast vervult hij een belangrijke rol als voorzitter van de Commissie Materialen & Middelen in de duurzaamheidsgroei die 1nergiek doormaakt. Dit is een interessant traject dat veel verschillende ontwikkelingen laat zien.

De Haarlemmer vertelt in dit interview over zijn loopbaan, de diverse kwaliteitsprocessen binnen de schoonmaak, duurzaamheid en circulariteit, zijn hoogtepunten in het vak en natuurlijk over zijn functie als voorzitter van de Commissie M&M.

Heb je nog wel eens heimwee naar vroegere tijden?

"Ach, soms denk je er nog wel eens aan terug. Tijdens mijn studiejaren ben ik gaan werken in de schoonmaak. Vroeger kreeg je bij de VNU drukkerij 170 procent op zaterdag betaald. Ik had hier wel oren naar en werd op een gegeven moment zelfs voorman van de zaterdagploeg. Het was weliswaar hard werken, maar in verhouding veel verdienen. Ik genoot van het werken in teamverband, de lol en de onderlinge saamhorigheid. Uiteindelijk ben ik nooit meer uit de schoonmaak weggegaan".

Hoe kijk je terug op je loopbaan?

"Met een tevreden gevoel en een glimlach. Het heeft me inspiratie, een goed salaris en veel plezier gebracht. De schoonmaakwereld is net drijfzand. Als je er eenmaal in zit, kom je er nooit meer uit".

"Ik ben ooit begonnen als districtsmanager, waarna ik lange tijd calculator was. Na een tussenstap als operationeel manager, bleek dat een functie als kwaliteitsmanager mij veel beter lag. Ik houd ervan om dingen uit te zoeken, te toetsen aan kwaliteit, arbo en milieu en ervoor te zorgen dat processen (beter) gaan lopen".

Hoe werkt het in de praktijk om de kwaliteit te meten?

"Ik houd me bezig met verschillende soorten van in- en externe kwaliteitsprocessen; dus binnen mijn eigen organisatie en op de panden waar onze schooncollega's aan het werk zijn. Zo loop ik regelmatig onaangekondigd bij opdrachtgevers naar binnen om te checken hoe de omgeving eruit ziet waar onze schooncollega's actief zijn. Ik vraag de vertegenwoordigers van de opdrachtgevers hoe zij onze dienstverlening en onze schooncollega's en leiding ervaren. En ik ga in gesprek met onze eigen collega's om te luisteren hoe zij het object, de gebouw-

gebruikers en hun eigen werk ervaren. De uitvoering hoeft namelijk niet altijd aan te sluiten bij de beleving. Want het gaat niet alleen om de schoonmaak zelf, maar ook hoe ga je met elkaar om. En heel belangrijk: als we ergens starten en er is een nieuw schoonmaakprogramma, dan is het belangrijk dat onze opdrachtgever dit vertelt aan de gebouwgebruikers. En ja, na verloop van tijd weten onze schooncollega's heel goed hoe ze bepaalde ruimtes moeten schoonmaken en dat willen wij graag van ze weten. Als dat niet ten koste gaat van de kwaliteit (of zelfs is verbeterd) dan gaat de rayonmanager met de opdrachtgever in gesprek en zeker ook bij efficiencyvoordelen (ook financieel) is deze blij dat we daarin meedenken. Vervolgens zorg ik dat er aangepaste werkprogramma's komen.

"Zo loop ik regelmatig onaangekondigd bij opdrachtgevers naar binnen om te checken hoe de omgeving eruit ziet"

1nergiek werkt met veel meerjarige contracten. Zijn er dus tal van tevreden opdrachtgevers die ook een langdurige relatie nastreven?

"Klopt, veel van hun managers hebben een goede band met ons opgebouwd. Wederzijds geeft dit een prettig gevoel, want je weet op een gegeven moment exact wat je aan elkaar hebt. Er is vertrouwen en samen heb je één doel: tevreden gebouwgebruikers die in een schone en veilige omgeving kunnen werken. En dat er een keer iets gebeurt of er is een klacht; dat kan altijd, als je het maar goed oplost. Tevens neemt het onderlinge respect en waardering naar elkaar toe. Volgens mij is de gemiddelde contractduur bij ons zelfs 8 jaar of langer. Ik blijf dat mooi vinden om te ervaren".

Toch is er een bijzondere tendens in de markt gaande?

“Ondanks langdurige relaties vinden er toch regelmatig nieuwe aanbestedingen plaats. Dit gebeurt vooral bij (semi)-overheden. En let op wat er dan gebeurt; als zittende partij heb je dan slechts zo'n twintig procent kans om het werk te behouden. Hier hebben weliswaar meer schoonmaakbedrijven last van, maar het blijft pijn doen als je na jarenlang voor een opdrachtgever goed en met plezier hebt gewerkt om op zo'n manier afscheid te moeten nemen. Het is vaak ook moeilijk uit te leggen aan de schooncollega's die daar werken”.

“Naast schoonmaken en glasbewassing zijn we expert in bijvoorbeeld vloeronderhoud, dieptereiniging, graffiti verwijdering en leveren we facilitaire ondersteuning op diverse vlakken”

Hoe kun je dit soort teleurstellingen voorkomen?

“Dat blijft toch moeilijk. Ik kan mij, jaren geleden, vergaderingen herinneren van de branchevereniging waarin door directeuren en eigenaren van schoonmaakbedrijven werd afgesproken om bijvoorbeeld niet onder een bepaald uurtarief te gaan zitten. Voordat iedereen de deur uit was, lag er bij wijze van spreken al een lagere aanbidding. Ik wil hiermee aangeven dat zoiets een uitermate lastig verhaal blijft en dat belangen soms in de weg zitten”.

“Ook nu merk je dat de prijs (te) vaak doorslaggevend is, al wordt er in de uitvraag heel specifiek over kwaliteit gesproken. Moet zeggen dat we als 1nergiek hier strikt mee omgaan. Ofwel we zijn kritisch waar we aan meedoen. De opdrachtgever moet bij ons passen en andersom”.

Professionaliseren blijft in de schoonmaak een speerpunt. Wat is jouw rol hierin?

“1nergiek hanteert een gestructureerde werkwijze waarbij het proces begint met een grondige inventarisatie van de schoonmaakbehoeften van de opdrachtgever. Vanuit deze structuur bouw je verder aan professionaliteit. Ik vind het een uitdaging om dit proces te bewaken en waar nodig aan te vullen. Ons bedrijf was voor de fusie vooral een rationeel schoonmaakbedrijf. Op het moment dat de 1nergiek-tak er bij kwam, gingen we ons meer in de “klant” verdiepen en we werden daar ook nog enthousiast van. Men was bereid om hiervoor de nodige investeringen te doen. Je zag dat opdrachtgevers dit gingen waarderen. In de toekomst moeten we deze visie dus zeker vast blijven houden”.

1nergiek is actief in zakelijke dienstverlening, de culturele sector, hotels, winkelcentra, zorg en op scholen. Vraagt elke branche om een specifieke aanpak?

“Inderdaad. We kennen het verschil, leggen het accent op de juiste plaats en willen meer doen dan oorspronkelijk wordt gevraagd. Ons kantoor heeft hierbij een aanvullende rol. Op het moment dat een ambulant objectleider of rayonmanager zaken tegenkomt en er geanticipeerd moet worden, springen wij bij. Door de verschillende functies in mijn loopbaan, weet ik overal wel iets van. Vanuit kantoor bied ik daarom graag de helpende hand en fungeer ik als een spin in het web. Dit geeft mij overigens veel voldoening”.

“Naast schoonmaken en glasbewassing zijn we expert in bijvoorbeeld vloeronderhoud, dieptereiniging, graffiti verwijdering en leveren we facilitaire ondersteuning op diverse vlakken. Onze service gaat dan ook veel verder dan bij enig ander bedrijf en dat met eigen mensen”.

1nergiek en het Koninklijk Nederlands Luchtvaart- en Ruimtevaartcentrum (NLR) hebben de best Practice Award 2022 van de Code Verantwoordelijk Marktgedrag gewonnen. Ook voor jou was dit een bijzonder moment?

“Hier doen we het toch met z'n allen voor? Vooral omdat ons bedrijf al meer dan veertig (!) jaar aan deze opdrachtgever is verbonden. We hebben hierdoor met een volgende generatie te maken als het gaat om de klantcontacten waar we ons met veel plezier en inzet voor blijven inzetten. Nog steeds is het geweldig dat we



Integron Medewerker Beleving Award

1nergiek heeft vorig jaar voor de derde keer op rij de Integron Medewerker Beleving Award gewonnen in de categorie ‘Facilitaire dienstverlening’. Hoe kijk jij als kwaliteitsmanager hier naar? Deze erkenning is tenslotte gebaseerd op meer dan 120 medewerker-tevredenheidsonderzoeken die eind 2022 zijn uitgevoerd door Integron bij andere bedrijven.

“Het is onze missie om onze schooncollega's zo goed mogelijk te coachen en te faciliteren, zodat zij zich iedere dag vol energie en enthousiasme kunnen inzetten bij onze opdrachtgevers. We werden beoordeeld met een gemiddelde tevredenheidsscore

van maar liefst 8,1 en een Employee Net Promoter Score (eNPS) van +20.

Uit de onderzoeken bleek o.a. dat schooncollega's plezier uit hun werk halen door de (persoonlijke) begeleiding, goed ingewerkt worden en uitgedaagd worden met trainingen/opleidingen. Een kleine greep uit de onderdelen die dit onderbouwen: balans werk-privé: 8,09, emotionele veiligheid: 8,04 en fysieke veiligheid: 8,62.

Dit bevestigt dat wij er in slagen om een werkomgeving te creëren waarin de schooncollega's zich betrokken en gewaardeerd voelen. Ik ben hier bijzonder trots op”.



voor het (NLR) mogen werken én meedenken als het gaat om de reguliere schoonmaak, specialistische reiniging, afvalmanagement, groenvoorziening en ongediertebestrijding”.

Jij bent bij 1nergiek voorzitter van de 'Materialen & Middelen'-commissie. Wat houdt dat precies in?

“We denken bij ieder project gericht na over welke middelen en materialen er ingezet gaan worden. Opdrachtgevers willen bijvoorbeeld verteerbare vuilniszakken, maar schrikken als ze horen dat die vijf keer duurder zijn dan normale vuilniszakken. Dan denken we graag mee aan andere goedkopere en duurzamere oplossingen”.

“Ook staan we open voor innovaties op elk gebied en dat testen we vervolgens ergens bij een opdrachtgever uit. Worden we enthousiast en biedt het echte voordelen, dan voeren we het in onze organisatie door”.

“Een ander aansprekend voorbeeld zijn schoonmaakmiddelen waar je verschillende soorten in hebt. We kijken heel specifiek welke middel het beste bij een object en de schoonmaakuitvraag past en voor onze opdrachtgever natuurlijk zo zuinig en efficiënt mogelijk én daarbij ook nog duurzaam is”.

Is duurzaamheid in de schoonmaakbranche een modewoord?

“De term duurzaamheid kent een aantal variaties. Er zijn anno 2024 nog relatief veel opdrachtgevers die niet weten wat het precies inhoudt. Ik geef daar vervolgens graag een stukje voorlichting over. Wist je bijvoorbeeld dat er zelfs sanitaire verbruiksartikelen zijn, die van gras zijn gemaakt? Klanten hebben vaak geen enkel idee dat ze uit verschillende duurzame producten kunnen kiezen waarmee wordt schoongemaakt”.

“Toch blijft duurzaamheid wel een discussiepunt, want niet alle opdrachtgevers willen daar extra investeringen voor doen of simpelweg voor betalen. Zo is er de mogelijkheid om aparte scheidingsbakken neer te zetten die dan wel door de opdrachtgevers moeten worden aangeschaft. Daar komt bij dat het scheiden van afval extra tijd en zodoende dus meer geld kost”.

Blijft de branche volgens jou volop in ontwikkeling?

“Er gaat de komende jaren nog veel gebeuren. Denk alleen maar aan de robotisering. Het simpele werk kun je weliswaar laten overnemen, maar het moet wel altijd worden aangestuurd. Je kunt niet om deze menselijke handelingen heen. Ik denk overigens zelf dat een combinatie het meest succesvol is”.



Partnership = duurzame relatie

Guido vertelt: “Een duurzame relatie: je moet het onderhouden én bijhouden. 1nergiek doet meer dan alleen het schoonhouden van het hoofdkantoor in Amsterdam en de locatie in Marknesse”.

Onze vorige contactpersoon Peter Verheul bij NLR gaf dit heel duidelijk aan: “We maken al 44 jaar gebruik van de diensten van 1nergiek. Verschillende mensen op verschillende niveaus bel en spreek ik, van de schooncollega's op de locaties tot aan de algemeen directeur. Het contact is breed, transparant en niet eenzijdig”. Hij was duidelijk over ons: “Betrouwbaarheid, juiste prijs-kwaliteitverhouding en een bekende en lange relatie met de schoonmakers”.

Om te vervolgen: “NLR en 1nergiek zien het partnership als een duurzame relatie, want je moet het onderhouden én bijhouden. Partnership is heel belangrijk voor mij: in goede en slechte tijden meehelpen en ondersteunen. Ik geloof niet in het doen van een tender om de 2 jaar; ik geloof niet in diensten op basis van een goedkope prijs, wel in diensten op basis van betrouwbaarheid, afspraken, positief meedenken, gevraagd en ongevraagd adviseren”.

“Maar de digitalisering moet in de gaten worden gehouden. Dit gaat een grotere rol binnen de schoonmaak spelen. Zo wordt de tablet steeds vaker gebruikt. Hiermee kan een schoonmaker snel zien wat er nog precies dient te gebeuren, waardoor er efficiënter gaat worden schoongemaakt”.

“Aan de ene kant zijn dit goede ontwikkelingen, maar je haalt wel de vrijheid van de schoonmaker er uit. Een schoonmaker houdt van zijn vak en wil zelf ook dingen kunnen bepalen. Ik vind overigens dat 1nergiek goed zorgt voor zijn personeel. De schooncollega's krijgen alles waar ze recht op hebben. Ze werken met prima materialen en bovenal krijgen ze veel persoonlijke aandacht en mogen zeggen ze wat ze vinden. Ik vind dit een compliment waard”.

Hoe zie je jouw toekomst?

“Heel goed. Ik zit hier op mijn plek dat ook in sociaal opzicht begaan is met zijn management, medewerkers én opdrachtgevers. Ik zie het als een uitdaging om verder mee te groeien met 1nergiek; dat enthousiast is en ambities heeft. In mijn huidige functie als 'Kwaliteitsmanager' zie ik voldoende mogelijkheden om mezelf te ontwikkelen. De branche is tenslotte altijd in ontwikkeling. Het is mooi dat 1nergiek hier telkens weer op weet te anticiperen en ik alle ruimte krijg om dat binnen de organisatie te kunnen én mogen realiseren”.

Harriet Butter

Senior manager
Workplace Management
bij Schiphol

'Schoonmaak in de dynamische omgeving van Schiphol. Een speelveld met enorm veel diversiteit'

Harriet Butter (56) is als senior manager Workplace Management bij Schiphol onder meer verantwoordelijk voor de werkomgeving van de Schiphol collega's, waar 1nergiek de schoonmaakdienstverlening verricht.

Zij is inmiddels 26 jaar in facilitair opzicht op de luchthaven werkzaam. De redactie nam eens poolshoogte wat er allemaal bij komt kijken om in een Schiphol-omgeving op facilitair gebied actief te zijn. Er volgde een inspirerend gesprek waarbij verschillende facetten aan de orde kwamen.

Geboren in Amsterdam, getogen Amstelveense en studeerde in Wageningen Facility Management. Ben je altijd actief in het facilitaire werkveld geweest?

"Ja, Facilitair is de rode draad door mijn werkzame bestaan. Ik heb in deze branche altijd aan de opdrachtgeverskant gezeten en begon mijn loopbaan bij een verpleeghuis in Amsterdam. Het was een goede leerschool, want hier was ik verantwoordelijk voor de schoonmaak, receptie, linnenkamer, transport en het magazijn. Vervolgens kwam de overstap naar Schiphol. In eerste instantie gebeurde dit in een ingehuurde constructie, daarna kwam ik in vaste dienst bij de luchthaven. Zo was ik hier verantwoordelijk voor een deel van de facilitaire contracten voor het personeel, waarna ik ook drie jaar facilitair inkoop ben geweest".

"Ik ben verantwoordelijk voor de werkomgeving van alle Schipholcollega's. Dan praat je over zo'n 3.500 medewerkers in vaste dienst"

"Na de inkoop ging ik naar de afdeling Asset Management. Dit is de afdeling die de operationele 'bedrijfsmiddelen' van de luchthaven beheert. Als je naar Schiphol kijkt, hebben we operationeel en commercieel vastgoed. Dit laatste zijn de gebouwen die door onze vastgoedcollega's worden verhuurd. Het operationeel vastgoed zijn de gebouwen die je nodig hebt om als luchthaven te kunnen functioneren" aldus Harriet.



Mina Bakas en Harriet Butter



“Een schoon sanitair staat overigens in de top drie van zaken waarop een passagier een luchthaven beoordeelt”

“Momenteel werk ik binnen HR en ben zodoende verantwoordelijk voor de werkomgeving van alle Schipholcollega's. Dan praat je over zo'n 3.500 medewerkers in vaste dienst die op achttien verschillende locaties op Schiphol werkzaam zijn. Op Schiphol zelf zijn er ruim 71.000 mensen actief. Dit zijn naast onze eigen collega's onder meer medewerkers van bedrijven, zoals de schoonmaak- en beveiligingsbedrijven maar ook de medewerkers van de marechaussee, retail, horeca en de airlines”.

Met wat voor gevoel zit je nu hier anno 2024 op Schiphol?

Met een lach: “Ik heb een baan waarvan je iedere dag niet weet hoe die zal verlopen. Dat blijft uitdagend en boeiend. Werken voor Schiphol is 'never a dull moment'. Het is daarbij een hele fijne, betrokken werkgever waar ik nog steeds met plezier voor werk”.

De coronaperiode was op Schiphol heel bijzonder?

“De coronaperiode en de periode erna zijn pittig geweest. Het deed pijn in mijn 'Schiphol'-hart. Gelukkig is die periode voorbij en hebben we er als bedrijf de goede dingen uitgehaald, zoals het actief sturen op kwaliteit van werk. We voelen ons verantwoordelijk voor iedereen die onder het 'dak' van de luchthaven werkt. Zij hebben onder andere recht op een kwalitatief goede werkomgeving, een leefbaar loon en een rooster waarin ook ruimte is voor een privéleven”.

Je loopt ook weleens tussen de passagiers?

“Schiphol is een drukke luchthaven, er is altijd wat te doen. Dat houdt dus ook in dat je in principe overall mee kunt helpen én dat heeft voordelen. Ik heb bijvoorbeeld onlangs een Airport Stardienst gedraaid. Dit houdt in dat je je in de terminal meldt, je gaat op de vloer helpen om de passagiersprocessen zo vloeiend mogelijk te laten verlopen. Het liefst op plekken waar het op dat moment heel druk is. Daar waar er een wachtrij ontstaat help je deze goed te begeleiden en kan je stroopwafels uitdelen, flesjes water beschikbaar stellen en hekjes verzetten. Daarnaast ben je voor de passagiers een wandelend informatiepunt”.

“Ik houd hiervan, want je weet meteen wat er leeft. Als je er fysiek toe in staat bent, zou iedere Schipholmedewerker zulke diensten moeten meedraaien. Je weet weer wat een passagier verwacht van de service en kwaliteit van Schiphol. Ook krijg je mee hoe het voor onze collega's van de operationele uitvoering soms kan “spoken” in de terminal. De druk kan hoog zijn, net als het stressgehalte van passagiers”.

“We houden ieder jaar een groots opgezet facilitair feest waar de schoonmakers van 1nergiek ook voor worden uitgenodigd”

Hoe ziet een facilitair werkveld op Schiphol er uit waar ook de schoonmaak onder valt?

“Vooropgesteld: we hebben op Schiphol drie facilitaire werkvelden, namelijk voor de passagier, de huurder en het personeel van Schiphol. Alle drie hebben in fysiek opzicht een ander werkerrein. Hierdoor zijn er andere type contracten en dynamiek. Het belang van een schone en een opgeruimde omgeving is voor alle drie de doelgroepen groot. Zo zijn een schoon toilet, of het gemakkelijk je afval kwijt kunnen belangrijke zaken voor alle drie de klantgroepen. Een schoon sanitair staat overigens in de top drie van zaken waarop een passagier een luchthaven beoordeelt”.

Je hanteert de slogan: 'schoon zien, is ook schoon houden'?

“Dan heb ik er nog eentje: 'troep zien, is troep maken'. Maar de eerste is positiever dus die gebruik ik liever. In het schoon houden speelt 1nergiek een belangrijke rol. Er liggen hier vele uitdagingen. 1nergiek maakt de werkomgeving voor de 'Schiphol-collega' schoon. Het

leuke van deze werkomgeving is de diversiteit, het gaat namelijk niet alleen over kantoren. Op Schiphol werken en 'wonen' bijvoorbeeld de collega's van de brandweer. Ze blijven 24 uur over, waardoor je als schoonmaker eigenlijk hun huiskamer binnenkomt. Dat is dan ook de reden dan wij het goed vinden dat de brandweer samen met de schoonmaker bepaalt wat er die dag moet gebeuren. Tevens hebben we verschillende operationele gebouwen. Daar staan bijvoorbeeld de grote vrachtwagens die de landingsbanen sneeuwvrij maken. Dat is een ruigere omgeving maar ook met een kantoor en bedrijfsrestaurant”.

Wat vind je belangrijk ten aanzien van een schoonmaakbedrijf?

“De ruimten moeten uiteraard goed schoon zijn. Maar ik let ook op zaken zoals bijvoorbeeld de kleding of de werkwagen. 1nergiek-schoonmaakster Nina had fraaie kleding aan. Zo hoort het ook. Ze hoeven niet in driedelig pak te lopen maar uitstralen dat ze van 1nergiek zijn is wel belangrijk. Zichtbaar zijn tijdens de dagschoonmaak is ook belangrijk, iedereen mag weten dat je er bent. Schik je in je omgeving en vraag of men even ruimte maakt. Kortom, meng je in het proces”.

Schiphol werkt met aanbestedingen?

Harriet vertelt: “Jazeker. Dat geldt ook voor de schoonmaak. We zijn vanuit Europese richtlijnen verplicht om een aanbesteding te doen, dit doen we

in samenwerking met de afdeling Inkoop. Bij zo'n aanbesteding worden o.a. de innovatie- en duurzaamheidsambities vastgelegd. Het is belangrijk om in een contract flexibel te zijn zodat je de 8 jaar met alle ontwikkelingen in de markt mee kan groeien. 8 Jaar is een lange periode, niemand weet wat er in die tijd allemaal kan veranderen".

De gemiddelde leeftijd van de schoonmaker in de terminal is 56 jaar?

"Inderdaad. Juist daarom moet de schoonmaakbranche inzetten op het duurzaam inzetten van hun mensen. Laten we vanuit die hoek eens naar duurzame inzetbaarheid kijken. Je ziet een enorme vergrijzing ontstaan in het personeelsbestand. En aangezien schoonmaken in fysiek opzicht zwaar is, is het van groot belang om daarop te innoveren. We moeten zorgzaam omgaan met onze schoonmakers".

"Om mensen toch aan je te binden kan het verschil maken door een aantrekkelijke werkomgeving te bieden met goede voorwaarden"

Je hecht waarde aan modernisering als het gaat om de materialen?

"Stofzuigen en het de hele dag staan, bukken, rekken en lopen zijn zware inspanningen. Ik hecht er waarde aan dat hierin met de juiste hulpmiddelen wordt gemoderniseerd. Je kunt mensen niet laten werken met verouderde middelen. Vooral als je de wetenschap hebt dat er andere opties zijn".

Ook moet je vanuit de beleving van de gebruiker actief zijn?

"Dat is een belangrijke eigenschap voor een schoonmaker. Maak niet schoon wat al schoon is, kijk door de ogen van de gebruiker naar de omgeving en maak storingen aan als dat de gebruiker of jouwzelf helpt het werk opgeruimd te houden. Zo is bijvoorbeeld een kapotte afvalbak voor de gebruiker niet fijn maar voor de schoonmaker ook zeker niet. De omgeving wordt hierdoor vuiler dan noodzakelijk".

Er is een kloof tussen ambities en uitvoering?

"Soms zijn er mooie plannen voor nieuwe dingen, die echter niet allemaal in de praktijk uitvoerbaar blijken. Of omdat de praktijk weerbarstiger is dan verwacht of omdat het door degene die het moet uitvoeren niet opgepakt wordt. Dat zie je ook bij de schoonmaak. Hier zou ik graag meer aandacht voor zien, want samen wil je toch vooruit. Het dichten van die kloof laat ik graag over aan mijn opdrachtnemers, zij zijn namelijk de specialist, zij kennen hun medewerkers het best. Ik zie het wel als mijn taak om de kloof bespreekbaar te maken".

De personeelskrachte blijft zorgelijk?

"Ook wij merken het door alle linies heen op Schiphol. Er is schaarste. Om mensen toch aan je te binden kan het verschil maken door een aantrekkelijke werkomgeving te bieden met goede voorwaarden. Zo bieden wij de mogelijkheid tot een werkdag van 8 uur en laten de

schoonmakers onderdeel zijn van ons bedrijf. Zo houden we ieder jaar een groots opgezet facilitair feest waar de schoonmakers voor 1nergiek ook voor worden uitgenodigd. Ze genoten hier echt van; de voetjes gingen van de vloer. Dat is mooi om te ervaren, net zoals een verkiezing voor de 'Schoonmaker van het Jaar'. Er is tenslotte meer in het leven dan werken alleen".

Wat is de meerwaarde van 1nergiek?

"Het is een 'hands-on' bedrijf dat op alle fronten benaderbaar is. Tevens heerst er een no nonsense mentaliteit. Ik houd hier van".

Tot slot: jouw boodschap voor 1nergiek?

"Mijn boodschap voor 1nergiek is om vooral vast te houden aan haar eigen identiteit. Ga dit beslist niet veranderen. Als opdrachtgevers wil je wat te kiezen hebben in de markt van schoonmaakbedrijven. 1nergiek heeft hierin een geheel eigen profiel".



Abdel

Rayonmanager
bij 1nergiek

Eleonora

Ambulant objectleider
bij 1nergiek



'1nergiek is één grote familie'

Binnen schoonmaakprojecten is er sprake van gedeelde verantwoordelijkheid, communicatie en afstemming tussen de betrokken partijen. Hecht samenwerken leidt tot betere resultaten, creativiteit, efficiëntie en een positieve werkomgeving.

Bij 1nergiek wordt op de werkvloer het goede voorbeeld gegeven, bijvoorbeeld door Eleonora Castelli en Abdelouahed Abdechchafik.

De Italiaanse Eleonora Castelli (45) werkt sinds september 2023 als ambulant objectleider. Ze werkt nauw samen met haar collega rayonmanager Abdelouahed Abdechchafik (49). Beiden delen hun ervaringen en geven op deze wijze een kijkje in de keuken op de werkvloer van 1nergiek.

Abdel werkt nauw samen met Eleonora. Ze hebben een goede klik en vullen elkaar prima aan

"Iedereen noemt me Abdel", lacht Abdelouahed Abdechchafik, afkomstig uit Marokko en inmiddels al meer dan veertien jaar voor het schoonmaakbedrijf actief. In zijn geboorteland heeft hij de universiteit gedaan. Na zijn studie in Frankrijk te hebben vervolgd, verhuisde hij naar Amsterdam waar hij in de schoonmaakbranche belandde. Binnen 1nergiek groeide hij door van ambulant objectleider tot rayonmanager.

"Ik ben medeverantwoordelijk voor de relatie met de opdrachtgever, begeleidt dagelijks mijn schooncollega's, verzorg de projectadministratie en draag zorg voor een goede planning. Hetzelfde geldt voor de faciliteiten".

"Tevens houd ik het budget, dat bij een project hoort, in de gaten", zegt Abdel. "De verantwoordelijkheid spreekt me dan ook zeer aan. Het voelt of je een eigen bedrijf heb".

Samenwerken

Abdel werkt nauw samen met Eleonora. Ze hebben een goede klik en vullen elkaar prima aan. "Vooropgesteld, mijn werk spreekt me erg aan, want ik leer elke dag nieuwe mensen kennen", zegt Eleonora, die in Amsterdam-Noord woont. "Dit komt mede door mijn goede band met Abdel. Er hangt een prima werksfeer die me bijzonder aanstaat. Tevens kan ik echt mezelf zijn".

Nederlandse les

Als Italiaanse spreekt Eleonora voor het merendeel met haar collega's en opdrachtgevers Engels. Toch volgt ze op initiatief van 1nergiek Nederlandse les. Elke week gaat ze in de "schoolbank" op kantoor en stort zich op de werkwoorden in de tegenwoordige-, verleden- en voltooid tijd. Verder komen tijdens de lessen de regels voor de grammatica, spelling en zinsopbouw in het Nederlands aan de orde.





“Je hebt bij dit bedrijf serieus kansen om te groeien”

“Het is mooi dat een werkgever me hierin stimuleert”, zegt ze. “Ik probeer iedere dag zo goed mogelijk Nederlands te praten, want ik leg dingen uit aan onze schooncollega’s hoe het werk moet gebeuren en ik wil wel het goede voorbeeld geven. Als we van onze schooncollega’s op de werkvloer verwachten dat ze Nederlands kunnen spreken dan moet ik het toch ook?”.

De Nederlandse taal gaat Leonora overigens prima af. Soms denkt ze even na over de woordkeuze, maar ze begrijpt het interview en mengt zich enthousiast in het gesprek. “Dankzij 1nergiek”, zegt ze met enige trots. “De Nederlandse taal is slechts een onderdeel. Je hebt bij dit bedrijf serieus kansen om te groeien. Daarbij is het schoonmaakvak interessant. Er komt veel meer bij

kijken dan mensen denken. Dan merk je ook weer dat het belangrijk is om de taal te spreken. Je kunt zodoende ook met de opdrachtgevers en hun eigen medewerkers duidelijk communiceren”.

Band

De band met haar collega’s spreekt Eleonora aan. Wie de Italiaanse ontmoet, ziet vaak een glimlach op haar gezicht. “Het is één grote familie bij 1nergiek”, constateert Leonora. “Met zo’n gevoel ga ik iedere dag naar mijn werk. Dat is bijzonder prettig om te ervaren”.

Teamwork

“Ik heb dezelfde ervaring”, vult Abdel aan. “Je kunt echt iedereen benaderen. Dat is echt fijn, want door dit sociale contact heerst er saamhorigheid binnen de verschillende culturen binnen het bedrijf. Natuurlijk verschilt dit per persoon, maar dit komt het teamwork juist ten goede. Dan is het belangrijk dat je het goed met elkaar kunt vinden”.



“Duurzaamheid en dingen terugdoen voor het milieu, zie je steeds vaker in ons werk terugkomen”

Veranderingen

Abdel ziet dat er dingen veranderen binnen de schoonmaak. “Duurzaamheid en op deze manier dingen terugdoen voor het milieu, zie je steeds vaker in ons werk terugkomen. Dat was een paar jaar geleden nog heel anders. Hetzelfde geldt voor de inzet van robots. Op zich is dit handig, maar de schooncollega’s kun je nooit vervangen. Ook zie je de digitalisering bij de projecten groter worden als het gaat om de communicatie en het werk dat dient te worden gedaan. Hier moet je wel in mee kunnen. Ook ik leer dus nog iedere dag”.

Werksfeer

Een goede werksfeer is essentieel voor het welzijn en de productiviteit van de schooncollega’s en heeft ook invloed op de prestaties van het bedrijf als geheel en op de beleving bij de opdrachtgevers. Een positieve werksfeer wordt gekenmerkt door open communicatie, teamwork, respect, vertrouwen en een gevoel van saamhorigheid. Het is belangrijk om te investeren in het creëren van een gezonde én veilige (fysieke en emotionele) werksfeer om een positieve en motiverende omgeving te bevorderen. Dat is automatisch de opmaat naar een lerende omgeving waar persoonlijke groei en ontwikkeling spelenderwijs ontstaan.

Inzicht in jouw afval met de MSG-Trolley

Weet jij al waar en hoeveel afval er vrijkomt in jouw organisatie? Met de komst van de CSRD en daarmee de noodzaak om te rapporteren over jouw afvalmanagement is het belangrijk om hiervan op de hoogte te zijn. Daarom zorgen 1nergiek en Milieu Service Nederland voor sterke rapportages door samenwerking en innovatie.

Innovatie voor jouw afvalmanagement

Omdat het belangrijk is te weten waar en hoeveel afval er vrijkomt binnen een organisatie, hebben wij onze handen ineengeslagen met schoonmaak- en vastgoedbedrijven en de verwerkingsindustrie om data te genereren over de recycling per locatie, afdeling en facilitair medewerker. De uitkomst: de MSG-Trolley!

Met de MSG-Trolley kan de "afvalcoach" van 1nergiek (facilitair medewerker) grondstoffen gemakkelijk sorteren en het afval per ruimte en afvalstroom direct wegen, voordat het wordt weggegooid in het juiste inzamelmiddel. Hierdoor krijg je nauwkeurig inzicht in de hoeveelheid afval die vrijkomt per locatie of bijvoorbeeld afdeling. De MSG-Trolley speelt hiermee in op de toekomstige ontwikkelingen in de afvalinzamelingsmarkt en voorziet in data voor duurzaamheidsrapportages van jouw organisatie.

Voor wie?

Duurzaamheid speelt in veel organisaties een grote rol, waarbij afvalinzameling een belangrijk aspect is. Het wegen van de afvalstromen met de MSG-Trolley kan op twee manieren interessant zijn. Enerzijds om heel nauwkeurig te kunnen rapporteren over het vrijkomende afval in de eigen organisatie en bronscheiding te optimaliseren. Anderzijds bestaan er veel gebouwen die worden gedeeld door verschillende huurders. Als er meer dan één huurder in het gebouw gevestigd is, kan het wenselijk zijn om het gewicht van de vrijkomende afvalstromen per huurder te noteren. Met deze gegevens krijg je exact inzicht in de hoeveelheid grondstoffen die iedere huurder weggooit en kan je de kosten en opbrengsten van de recycling per huurder verdelen.

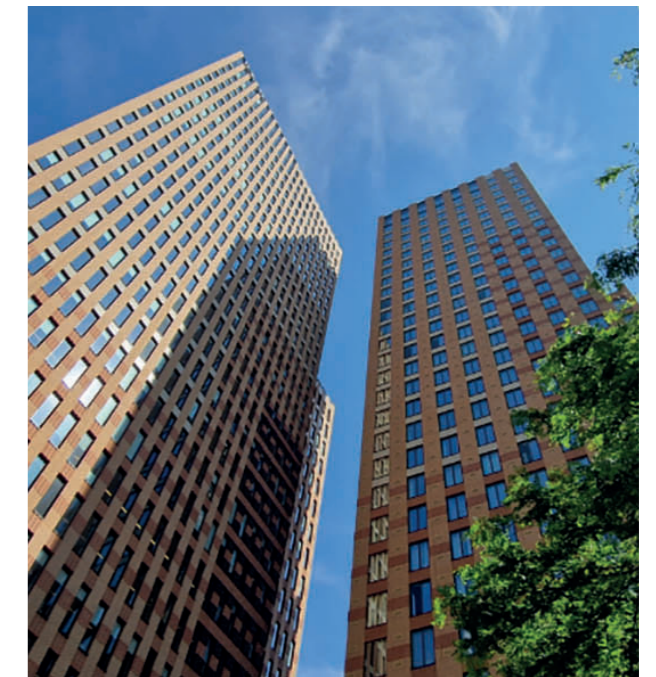
Inzet op de Zuidas

De MSG-Trolley is onder andere een waardevolle toevoeging voor het Symphonygebouw op de Zuidas, waar 1nergiek en Milieu Service Nederland samen het afvalmanagement verzorgen. De afvalcoaches van 1nergiek leggen op deze locatie de Multi Afval Containers met de MSG-Trolley. Daardoor wordt hier nu inzichtelijk hoeveel afval er vrijkomt, welke afvalstromen aanwezig zijn en bij welke huurder dit vandaan komt.

Hoe werkt het?

De MSG-Trolley is verbonden met een app. Hierop staan de afvalstromen aangegeven met de bekende iconen zodat het voor iedereen toegankelijk is. De afvalcoach van 1nergiek weegt de zak met de afvalstroom en gooit deze vervolgens weg in de trolley bij de juiste afvalstroom. Als al het afval is verzameld dan kunnen de zakken weggegooid worden in de juiste rol- of perscontainer. Met de MSG-Trolley kun je zelf bepalen welke ruimtes,

afdelingen of groepen je wel en niet weegt. Dit geeft je de vrijheid om de weegmomenten flexibel in te richten. Daarnaast kun je ook de rapportages per grondstofstroom, afdeling, schoonmaker of gebouw inzien. Dit geeft je veel inzicht in de vrijkomende grondstoffen waardoor je zoveel mogelijk grondstoffen kan scheiden bij de bron.



USP's van de MSG-Trolley

Metten is weten

Draagt bij aan duurzaam afvalbeleid binnen jouw organisatie

Eenvoudig

Het afval wordt gewogen bij legen van de Multi Afval Containers

Flexibel

Bepaal zelf welk afval en welke locatie je weegt

Overzichtelijk

Inzicht in volume afvalstromen per ruimte of huurder



Han Mesters

Sector Banker Zakelijke dienstverlening



De structurele tekorten aan werknemers houden aan

Han Mesters is Sector Banker Zakelijke dienstverlening en al meer dan 20 jaar werkzaam binnen deze sector. Deze sector is divers en omvat onder meer accountancy, advocatuur, consultancy, notariaat, uitzenders, schoonmaakbedrijven en beveiligingsbedrijven. In mei 2000 begon Han als analist voor de sector Business Services bij ABN AMRO Asset Management. Medio 2007 startte hij in zijn huidige functie. Hij geeft regelmatig presentaties over trends in de sector en is een actieve gebruiker van social media. Hij heeft een aantal rapporten geschreven over human capital omdat dat onderwerp het bindende element is. Han is bedrijfskundige en economisch historicus.

Welke trends zijn zichtbaar?

Het structureel tekort aan medewerkers heeft grote impact op ondernemers. Het is namelijk niet alleen de demografische trend die zorgt voor (HR) strategiewijzigingen bij ondernemers. Er zijn nog twee andere trends die een grote impact hebben op de beschikbaarheid en inzet van menselijk kapitaal. De eerste is het gegeven dat veel werknemers binnen de jongste generaties op de arbeidsmarkt andere voorkeuren hebben met betrekking tot de balans werk en privé. De tweede is dat er voor de grotere bedrijven EU-regelgeving komt die rapportage verplicht stelt over ESG-onderwerpen (Environment, Social en Governance). Het zal duidelijk zijn dat de rapportage over 'social' gerelateerde onderwerpen van belang is voor schoonmakers. Deze rapportage heeft namelijk zowel betrekking op de eigen werknemers als ook de werknemers die extern ingehuurd worden. Een groot bedrijf dat gebruik maakt van de diensten van een klein schoonmaakbedrijf moet ook rapporteren over die externe werknemers.

Op de wat langere termijn zien we dat de aanhoudende schaarste leidt tot grote veranderingen bij werkgevers. In een wereld waarin de machtspositie op de arbeidsmarkt volledig naar de werknemer is doorgeslagen, worden de bevindingen uit eerdere Gallup onderzoeken weer heel relevant: de voornaamste redenen waarom werknemers weggaan, is vanwege de bedrijfscultuur en management. Dat betekent dus dat het hebben van een aantrekkelijke bedrijfscultuur en mensvriendelijk

management belangrijke onderscheidende kenmerken (USP's) worden op de krappe arbeidsmarkt.

Er is meer aan de hand: de aanhoudende schaarste heeft ook gevolgen voor de manier waarop door inleners (de klanten van uitzend- en schoonmaakbedrijven) gekeken wordt naar de contractvorm van medewerkers. Het gaat steeds meer om de 'beschikking te krijgen over competenties': de contractvorm (vaste dienst, gedetacheerd, zzp) wordt minder relevant.

Technology drives out purpose

Bij werknemers gaat het inmiddels niet alleen meer om een betere balans tussen werk en privé maar is er ook een duidelijke voorkeur om werk te doen dat maatschappelijk relevant is. Werk met een hoge mate van zingeving (purpose) dus. Wij zien deze trend voornamelijk bij de HBO+ opgeleiden. Daarnaast zien we bij de groep van hoger opgeleiden dat werknemers uit deze groep verwachtingen hebben over de waarden en normen van een werkgever: Waar staat het bedrijf voor? Als er geen match is tussen de waarden en normen van de werkgever en de werknemer, is de kans groot dat de werknemer weg gaat of niet gaat werken bij het betreffende bedrijf (**afbeelding 1**). Dit fenomeen wordt conscious quitting genoemd.

Nu is de vraag hoe deze trend zich ontwikkelt voor medewerkers met een meer vaktechnische opleiding zoals schoonmakers. Zijn zij minder gevoelig voor de

Key findings



Afbeelding 1. Het belang van match op waarden en normen tussen werkgever en werknemer

maatschappelijke relevantie van hun werkgever? Wat zeker is dat op termijn technologie ook in de schoonmaaksector de repetitieve banen gaat vervangen. Denk aan schoonmaakrobots en ramen die zo ontwikkeld zijn dat ze stof en vuil afstoten. Wat over blijft zijn de meer kennisintensieve beroepen in de schoonmaaksector. Dus gesteld kan worden dat technologie het kennis- en opleidingsniveau van organisaties vergroot met als gevolg dat de aandacht voor maatschappelijke relevantie van bedrijven toeneemt (technology drives out purpose).

Het voorkomen van uitval onder medewerkers

De jongste generaties op de arbeidsmarkt (Millennials en Gen Z) hebben niet alleen andere voorkeuren als het gaat om de balans tussen werk en privé. Het arbeidsethos (bijvoorbeeld niet op tijd komen of helemaal niet komen opdagen) is ook anders, tot grote frustratie van hun leidinggevenden. Daarnaast is de jongste generatie ook kwetsbaar. De uitval vanwege burn-out is hoog en het verwerken van feedback of tegenslagen valt ze moeilijk. In een tijd van schaarste op de arbeidsmarkt waar het een kwestie is van 'alle hens aan dek', is het zaak uitval door psychosociale arbeidsbelasting zo klein mogelijk te houden. Wat kan een werkgever doen op dit gebied?

Het belang van scenario's

We leven in een wereld die steeds onvoorspelbaarder wordt. Ook voor bedrijven in de Facility Management en schoonmaaksector. Dat betekent dat het doortrekken van trends uit het verleden niet altijd de basis vormt voor de keuze van de juiste strategie. Gegeven de aanhoudende schaarste op de arbeidsmarkt en de onzekerheden over de toekomst, heeft ABN Amro samen met Twynstra Gudde en Facility Management Nederland (FMN) een scenariostudie uitgevoerd voor facility management bedrijven (afbeelding 2). De twee 'assen van onzekerheid' van de scenario's gaan dan ook over de twee grootste onzekerheden in het denken over de toekomst. Worden FM-bedrijven uiteindelijk waarde gedreven of blijven ze resultaat gedreven is de onzekerheid die in de eerste as naar voren komt. De tweede as gaat over de vraag of door de schaarste de werknemer/het individu centraal gaat staan of dat uiteindelijk de organisatie de dominante

speler blijft. Als we de huidige tijd iets doortrekken naar de toekomst, zal het duidelijk zijn dat we in scenario 1 uitkomen genaamd 'Impact hubs': Een wereld waarin FM-bedrijven meer waarde gedreven opereren en waar de werknemer/het individu centraal staat. Dit is ook de wereld waarin de CSRD-rapportage op ESG-thema's meer volwassen is geworden. Uiteindelijk verwachten wij dat de niet-financiële (ESG) rapportage belangrijker gaat worden dan de klassieke financiële rapportage. Mocht de werkloosheid onverwacht sterk toenemen en de ESG-rapportagedruk vanuit CSRD verwateren, is de kans groot dat we 'terugvallen' naar scenario 4: Menukaart voor FM. Scenario 4 is door de tijd heen altijd het standaard FM-scenario geweest. Financieel kpi-gedreven en grote aandacht voor productiviteit en winstgevendheid. Dit geldt trouwens ook voor tal voor andere sectoren binnen de zakelijke dienstverlening, zoals uitzenden.

Wat kan een werkgever in de schoonmaak doen gegeven al deze uitdagingen?

Laten we weer kijken naar de eerdergenoemde drie belangrijkste uitdagingen en aanbevelingen geven per uitdaging.

1. De structurele schaarste op de arbeidsmarkt: mensen maken het verschil

Investeren in de bedrijfscultuur en de kwaliteit van het management zijn hier de belangrijkste remedies. Meer concrete aanbevelingen zijn weergegeven in afbeelding 3. Deze afbeelding komt uit het boek van HR-goeroe Josh Bersin genaamd 'Irresistable'. In de afbeelding komen de belangrijkste onderwerpen naar voren die 'geladen' moeten worden om een bedrijf onweerstaanbaar te maken op de arbeidsmarkt. Het gaat dan om betekenisvol werk (omarmd als slogan door B-corp FM-bedrijf Vebego), mensgericht management, een positief werkklimaat, een omgeving waarin medewerkers kunnen groeien en leiderschap waar de mensen in vertrouwen. Het voorkomen van uitval bij de jonge generatie kan goed ondervangen worden door te investeren in preventie. Bijvoorbeeld door het aanbieden van laagdrempelige hulp bij mentale problemen of door barrières weg te halen die het bespreken van financiële problemen bij schoonmakers met hun leidinggevende bemoeilijken.

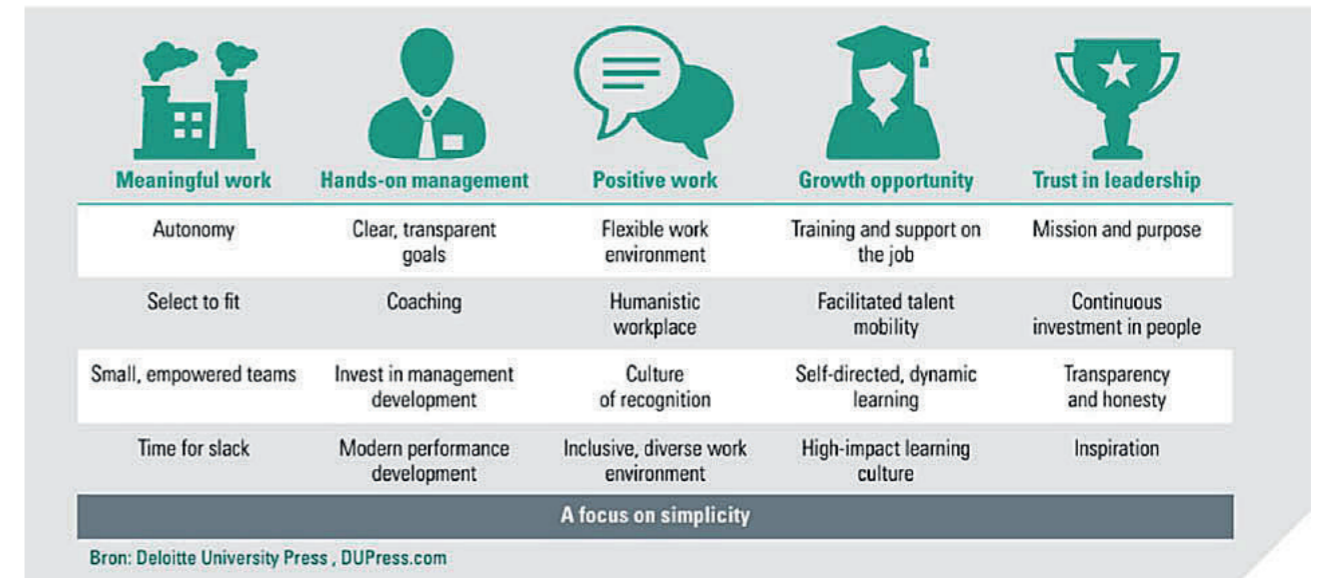
Voorts kunnen schuldhulpverleningsdiensten aangeboden worden. Laten we zeker niet vergeten dat het aantal schoonmaakmedewerkers waarbij loonbeslag is gelegd, hoog is.

2. De balans werk-privé, met name bij de jongste generatie werknemers

Het is een bekend gegeven uit de managementliteratuur dat werknemers meer tevreden zijn als ze invloed hebben op de manier waarop ze hun werk uitvoeren. Dat geldt ook voor het tijdstip waarop ze willen werken. De schoonmaaksector is een sterk operationeel gedreven wereld. De kwaliteit van de leidinggevende die verantwoordelijk is voor aansturing



Afbeelding 2. Scenario's voor FM-bedrijven



Afbeelding 3. Onweerstaanbaar werkgeverschap

van de schoonmakers wordt ook hier belangrijker. Het vermogen een persoonlijke relatie op te bouwen met medewerkers is juist in de doelgroep van schoonmakers nog belangrijker. Net als het doorvoeren van eigen vrijheidsgraden voor medewerkers om productiviteitsdoelen te halen.

3. Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)

Grotere en ook kleinere schoonmaakbedrijven worden op twee manieren geraakt door CSRD. De grotere bedrijven vallen binnen de officiële rapportagecriteria (bijvoorbeeld omzet groter dan 50 miljoen euro). De kleinere schoonmaakbedrijven worden meegenomen in de verplichte waardeketenanalyse die de inleners moeten doen. Een aantal voorbeelden van Social Impactgebieden vind je in afbeelding 4.

Mensen maken het verschil – óók in de schoonmaakbranche!

Nu de machtsbalans op de arbeidsmarkt is doorgeslagen naar de werknemer en dit ook zo zal blijven in de voorzienbare toekomst, is het voor dienstverleners van belang de medewerker echt centraal te stellen. Binnen

de zakelijke dienstverlening wordt dan meteen de associatie gelegd met de HBO+ opgeleide medewerker. Dit is onjuist. Juist in de schoonmaaksector kan een groot verschil gemaakt worden door oprechte persoonlijke aandacht voor medewerkers zodat een cultuur ontstaat waar medewerkers ook hun privé uitdagingen met hun leidinggevende kunnen delen. Als een schoonmaakbedrijf hierin slaagt, creëert het twee belangrijke voordelen. 1. De medewerker-centraal gebaseerde bedrijfscultuur zal ervoor zorgen dat het bedrijf makkelijker toegang krijgt tot nieuwe medewerkers. 2. Als het bedrijf CSRD-rapportage plichtig is, zou het Social Impact stuk van de rapportage geladen kunnen worden met het aantal medewerkers dat baat heeft gehad bij ondersteuning op bijvoorbeeld financieel gebied, zoals door het inzetten van een budgetcoach, meer inzetten op dagschoonmaak, meer fulltime dienstverbanden en geen opgesplitste roosters (combinatie van een paar uur aan het begin van de dag en in de avond). Dat maakt het voor de schoonmaakmedewerkers makkelijker om een 'meemormaal' gezinsleven te hebben. Dit zal tot gevolg hebben dat het aantal loonbeslagen afneemt, waarmee een belangrijke sociale doelstelling gehaald wordt.

Disclosure requirements		Y	N
S1-12	Working Hours		
S1-13	Work-Life Balance indicators		
S1-14	Fair remuneration		
S1-15	Social security eligibility coverage		
S1-16	Pay gap between women and men		
S1-17	Annual total compensation ratio		
S1-18	Discrimination incidents related to equal opportunities		
S1-19	Employment of persons with disabilities		
S1-20	Differences in the provision of benefits to employees with different employment contract types		
S1-21	Grievances and complaints related to other workrelated rights		

Afbeelding 4. CSRD-voorbeeld van rapportage over Social Impact

