

Persbericht

‘Binnen beginnen is buiten winnen’

**Nieuwe ondertekenaars zien belang van betrokkenheid van werknemers
10 november 2016**

Op 1 november, tijdens de laatste regionale ondertekensessie van de Code Verantwoordelijk Marktgedrag van dit jaar, hebben drie opdrachtnemers de Code ondertekend, te weten Alert Security, Schoonmaakbedrijf Both en Wamin Bedrijfsdiensten. Op 31 oktober, ondertekende de ANWB als opdrachtgever de Code. Hiermee komt het aantal ondertekenaars op 981.

De nieuwe ondertekenaars hebben allen oog voor hun werknemers. ‘Het ondertekenen van de Code past voor de ANWB in het sociale profiel dat zij heeft, duurzaamheid in arbeidsrelaties hoort daarbij’, aldus de heer de Jonge van de ANWB. ‘Als een opdrachtgever ons het mes op de keel zet, doen we niet mee met de offerteprocedure’, aldus de heer Both van schoonmaakbedrijf Both. ‘Want dat levert ontevreden werknemers op en een ontevreden opdrachtgever. En daarmee ben ik zelf ook ontevreden. En dat is niet nodig’. De heer Meerman van Wamin Bedrijfsdiensten vult aan: ‘Ook wij doen daar niet aan mee. Dat levert immers te weinig tijd op voor onze werknemers om het werk goed uit te voeren. Dat is geen goed signaal, ook niet voor het imago van de branche’.

Draagvlak groter

De heer Schep van Alert Security ziet grote voordelen van binnen bij je eigen werknemers beginnen met het toepassen van het gedachtegoed van de Code. ‘Als de werknemers achter de besluiten staan omdat ze bij de besluitvorming betrokken zijn geweest, is het draagvlak veel groter. Uiteraard wel binnen de gestelde kaders. Bij Alert Security hebben werknemers inspraak gehad bij de inrichting van de nieuwe kantine en nu ook bij de inkoop van bijvoorbeeld surveillance-auto’s. Werknemers zijn daar zeer over te spreken want kunnen hun stem laten horen’.

Werknemers zichtbaarder

Werknemers kunnen ook op een andere manier zichtbaar gemaakt worden. ‘Het maken van een ‘smoelenboek’ van alle schoonmakers heeft bij één van mijn klanten goed geholpen bij het zichtbaarder maken van de schoonmakers’, aldus de heer Both. ‘De opdrachtgever leerde de schoonmakers kennen en daarmee kwam de realisatie bij de gebruiker over de schoonmaak en wie dat uitvoert. En dat heeft invloed op het gedrag van de gebruikers’. Meerman vult aan: ‘gebruikers die op dinsdag met de inhoud van de perforator de verjaardag van een collega vieren, mogen dit zelf opruimen, als wekelijks op maandag wordt gestofzuigd. Dan moet je niet gek opkijken als de vloer een week lang niet schoon is’.

‘Die zichtbaarheid is bij de beveiliging overigens niet altijd een pré’, vult de heer Schep aan. ‘Voor een portier is het superbelangrijk dat hij zichtbaar is, maar voor de mobiele surveillance juist niet. Die kan veel beter op de achtergrond blijven’.

Moreel appèl

‘Net zoals de regels bij het opstellen van de Code op de achtergrond zijn gebleven. Daar hebben we bewust niet voor gekozen’, aldus de heer Blokland. De heer Both vindt dit erg prettig. ‘Gelukkig niet nog extra regels want daar hebben we er al genoeg van. En iedere ondertekenaar kan dus zelf bepalen hoe hij invulling geeft aan de Code’.

**Contactpersonen
Commissie
Code Verantwoordelijk
Marktgedrag:**

Lilian Willekers
(inhoudelijke vragen)
José Coenders
(communicatie)

marktgedragschoonmaak@ras.nl
T: 073 - 62 00 460

Oproep!

Dat dit op verschillende wijzen wordt ingevuld, bewijzen de inzendingen van de afgelopen jaren voor de Best Practice Awards. Gastheer van de ondertekensessie, Kees Blokland roept alle ondertekenaars op om een Best Practice in te dienen ten behoeve van de verkiezen van Best Practice 2016. Op 26 januari 2017 vindt de uitreiking van de Best Practice Award 2016 plaats tijdens de Vakbeurs Facilitair. U kunt tot 10 november 2016 indienen via marktgedragschoonmaak@ras.nl.

Samen naar een sterkere keten

De Code werd op 21 juni 2011 geïntroduceerd om een einde te maken aan de doorgesloten marktverhoudingen in de schoonmaak- en glazenwassersbranche. Een initiatief waarmee de branche eerlijker en duurzamer kan werken. Alleen door actief samen te werken kunnen opdrachtgevers, werkgevers, werknemers en intermediairs in de branche een sterke keten vormen.

De Code bevordert dat er bij het aanbesteden van schoonmaakwerk een goede balans ontstaat tussen prijs en kwaliteit, waarbij de kwaliteit van het werk een groter gewicht in de schaal gaat leggen. Dit bevordert ook het effectieve sociaal beleid.

Al sinds enige tijd hebben ook andere branches zoals Catering, Beveiliging en Verhuizers de gedragscode ondertekend.

Voorbeeld voor aanbestedingspraktijk

De Code Verantwoordelijk Marktgedrag Schoonmaak- en Glazenwasserbranche is in het sociaal akkoord benoemd als het voorbeeld voor aanbestedingspraktijk in Nederland. Sinds de introductie van de Code hebben bijna 1.000 organisaties de Code onderschreven, waaronder ProRail, Friesland Campina, Unilever, AMC, HTM, ROC Friesche Poort, Essent en Flora Holland.

Elkaar ontmoeten

De Code commissie Verantwoordelijk Marktgedrag organiseert al sinds de introductie ervan, regionale ondertekensessies. 'Een bewuste keuze om elkaar te ontmoeten en van gedachten te wisselen over het toepassen van het Code gedachtegoed in de praktijk. Iedere keer blijkt weer dat er tijdens een bijeenkomst zinvolle tips naar voren komen.'

Op 26 januari 2017 vindt de volgende regionale ondertekensessie plaats tijdens de vakbeurs Facilitair. Deze wordt gehouden in de Jaarbeurs in Utrecht. Aanmelden kan via de link: <https://www.codeschoonmaak.nl/formulier-regionale-ondertekeningen/>

Noot voor de redactie

Voor meer informatie over de Code Verantwoordelijk Marktgedrag schoonmaak- en glazenwasserbranche kunt u terecht op onze website www.codeschoonmaak.nl.

Contactpersonen Commissie Code Verantwoordelijk Marktgedrag:

Lilian Willekers
(inhoudelijke vragen)
José Coenders
(communicatie)

marktgedragschoonmaak@ras.nl
T: 073 - 62 00 460