

White paper professionele schoonmaak in de hotellerie



Inhoudsopgave

Hotelgasten willen smetteloos schoon	3
Inbesteden versus uitbesteden	4
Kostenplaatje niet doorslaggevend	6
Hoteliërs aan het woord	7
Hotelschoonmaak moet voldoen aan wettelijke eisen	9
Ondernemers maken zich sterk voor eerlijke verhoudingen	11
De Code Verantwoordelijk Marktgedrag	11
In CAO Schoonmaak aandacht voor hotellerie	12



De OSB, de Ondernemersorganisatie Schoonmaak- en Bedrijfsdiensten, is de werkgeversorganisatie van de schoonmaak- en glazenwassersbranche in Nederland. Het in 2013 geïntroduceerde OSB-Keurmerk staat voor betrouwbare bedrijven die beschikken over de juiste vakkennis en goed omgaan met hun personeel en belasting en premies betalen. Alle bij OSB aangesloten bedrijven zijn gehouden aan het keurmerk en worden regelmatig getoetst. De schoonmaakbedrijven die zich hebben gespecialiseerd in hotelschoonmaak zijn binnen OSB verenigd in het platform hotel. www.OSB.nl

Hotelgasten willen smetteloos schoon

Haren in de wastafel, een niet geleepte prullenbak of een slordig opgemaakt bed. Een vieze hotelkamer is een reden voor gasten om direct te vertrekken. Een hotel wordt zonder pardon afgerekend op het aspect 'Schoon'. In een hotelkamer moet elk spoor van de voorganger gewist zijn. Gasten beoordelen een hotel op smetteloze kamers, gangen en bijvoorbeeld de lobby. Daarom is schoonmaak in de hotelbranche van vitaal belang. Een schoon hotel zorgt ervoor dat gasten sneller zullen besluiten nog eens terug te komen. Onderzoek wijst bovendien uit dat mensen zich in een vieze omgeving onveilig voelen.

Een hotel is een 24-uurs bedrijf. Er is altijd veel te doen. De drukte komt in pieken, maar wel verspreid over dag en nacht. Soms is het echt spitsuur voor de schoonmakers: na het uitchecken bijvoorbeeld. Maar het is niet altijd makkelijk in te plannen. Het ene hotel heeft met name door de week veel wisseling van kamers, door komende en vertrekkende zakenmensen. Andere hotels moeten het met name hebben van de leisuredaggen in het weekeinde en de vakanties. Het vraagt een flexibele instelling om op alle aspecten in te spelen. In een hotel is ook niet altijd te voorspellen hoe de kamerbezetting zal zijn. Verder worden alle ruimtes in hotels zeer wisselend gebruikt, doordat de bezoekersaantallen per periode sterk variëren. De ruimtes worden vaak 24 uur per dag, zeven dagen in de week gebruikt en zijn van grote invloed op de beleving van de gebruiker/hotelgast.

Veel hoteliers worstelen met schoonmaak. Eigen personeel laten schoonmaken of een professioneel schoonmaakbedrijf inhuren is bijvoorbeeld een moeilijke vraag. Alles op een rijtje gezet is een professioneel schoonmaakbedrijf vaak gunstiger voor hotels vanaf dertig kamers. Het schoonmaken van hotelkamers is niet te vergelijken met het schoonmaken in andere gebouwen zoals kantoorpanden, fabrieken of zorginstellingen. Hotelmedewerkers, inclusief de schoonmakers moeten extra veel aandacht voor details hebben en een groot gevoel voor hospitality. Dat uit zich bijvoorbeeld in een verzorgde werkwagen, representatieve werkkleding en goede sociale omgangsvormen. Dat vraagt uiteraard ook het een en ander van het schoonmaakpersoneel. Die moeten dus meer kunnen dan goed schoonmaken.

Bas Cornelissen van EW Facility Services verwoordt het zo:

'Schoonmaken in een hotel is anders dan in andere branches omdat je in een hotel werkelijk geen enkele steek mag laten vallen. Dan krijg je namelijk meteen een klacht van een gast. Gasten zijn vandaag de dag zeer kritisch, een negatieve ervaring kan ervoor zorgen dat een gast niet meer terugkomt of deze negatieve ervaring deelt via social media. De hotelbranche is een branche waar gastvrijheid, beleving, representativiteit, wisselend gebruik van ruimten, fluctuerende bezoekersaantallen en een performance van zeven dagen per week, 24 uur per dag centraal staan. De gehele bedrijfsstrategie – van backoffice tot opleidingsbeleid – moet hierop gericht zijn. De wisselende bezetting van de hotelkamers zorgt bijvoorbeeld voor wisseling in de omvang van het werk. Daar moet je op in kunnen spelen.'

Verder staat in een hotel de gastvrije dienstverlening voorop. Onze medewerkers moeten niet alleen goed kunnen schoonmaken, maar ook representatief en communicatief vaardig zijn. Zij vormen in alle opzichten een visitekaartje van het hotel. Denk hierbij aan begroeten, proactief handelen, het doen van suggesties ter verbetering, omgevings sensitiviteit en een correctie uitstraling en representatieve werkkleding. Maar ook aandacht voor werkwagens en materialen.'

Ook Eric van Kroonenburg van Hendriks Hoteldiensten (gespecialiseerd in hotelschoonmaak) ziet een duidelijk verschil tussen hotels en andere 'gebouwen'.

'Bij reguliere schoonmaakbedrijven is de klant/opdrachtgever met wie je een contract afsluit degene die het werk controleert, bij hotelschoonmaak zijn het de gasten die (be)oordelen. Dat is een wezenlijk verschil. In een kantoorpand kun je best eens een tafelblad overslaan of vergeten het wc-papier aan te vullen. In een hotel kan dat absoluut niet. Dat krijg je direct terug via ontevreden gasten. En het is niet met vlagen dat je zo precies moet zijn, maar 365 dagen per jaar.'

Inbesteden versus uitbesteden

In hotels wordt circa 26% van de schoonmaak in eigen beheer uitgevoerd en 74% uitbesteed. De trend is duidelijk dat outsourcen van schoonmaakpersoneel toeneemt. Een vaak gehoorde reden voor het in eigen beheer houden van de schoonmaak is dat deze werknemers meer betrokken zijn bij het bedrijf waar ze voor werken.

Bas Cornelissen (EW Facility Services) denkt dat dit laatste aspect wel meevalt.

'In elk hotel werkt een vaste ploeg waardoor er vanzelf binding ontstaat. Daarnaast hebben we een flexploeg om altijd in te kunnen springen bij wisselende bezetting, oftewel drukke en rustigere periodes. En, misschien nog wel het belangrijkste: schoonmaken is echt een vak, dat kun je niet zomaar aan iedereen overlaten. Onze organisatie is gespecialiseerd in schoonmaken en heeft inmiddels 130 hotels onder haar hoede, de helft van onze klanten zijn hotels. Dat betekent dat we van al die ervaringen hebben geleerd en nog steeds leren waardoor we overal de beste service kunnen leveren. Niemand hoeft nieuwe systemen te bedenken, wij weten wat werkt en wat niet. Vanuit onze expertise staan wij tevens voor outsourcing van het gehele proces. Dat houdt in dat wij naast schoonmaakmedewerkers ook leidinggevenden leveren, die onder meer de planning verzorgen. Deze leidinggevenden op locatie hebben ervaring met het aansturen van schoonmaak binnen hospitality omgevingen en door hen beslissingsbevoegdheid te geven kunnen zij snel schakelen met de hotelier en direct inspelen op wensen en behoeften. De codewoorden daarbij zijn controle, aansturing, flexibiliteit en planning.'

Eric van Kroonenburg (Hendriks Hoteldiensten):

'De meerwaarde die wij kunnen bieden is dat we een totaalpakket aanbieden, niet alleen medewerkers maar ook kleding, materiaal en kwaliteitscontroles. Verder werkt er een vaste ploeg in de hotels en zijn alle medewerkers getraind in gastvrijheid. Omdat medewerkers vaste werkplekken hebben, krijgen ze uiteindelijk net zoveel binding met hun werkplek/het hotel als de mensen die in dienst van het hotel zijn.'

Schoonmakers in hotels moeten naast professioneel kunnen schoonmaken ook een bepaalde gastvrijheid uitstralen. Ze zijn tenslotte een visitekaartje voor het hotel waar zij werken. Door de schoonmaak in eigen beheer te houden kan niet schoonmakend personeel in de rustige uurtjes worden ingezet om de schoonmaak te doen. Voor veel hoteliers is dit een belangrijk argument om de schoonmaak binnenshuis te houden. Ook noemen hoteliers vaak het 'meters-maken' als nadeel van uitbesteden. Bij het uitbesteden van de schoonmaak wordt vaak scherp ingeschreven om de kosten te drukken, waardoor de winst gehaald moet worden uit het maken van veel meters per uur. Er is dan weinig ruimte om, waar dat nodig is, wat extra aandacht te besteden.

Er zijn echter veel meer en overtuigendere argumenten voor het uitbesteden van schoonmaak aan een professioneel bedrijf. Veel hoteliers hebben behoefte aan continuïteit. Willen daarnaast graag één aanspreekpunt voor het hele schoonmaakproces. Ook komen steeds meer hoteliers er achter dat schoonmaken een vak is. Met professionals die een opleiding genoten hebben. Die weten welk materiaal met welke middelen schoongemaakt moet worden. Die hygiëne hoog in het vaandel hebben staan. En die zorgen voor een dagelijkse continuïteit. Hoteliers laten het over aan een bedrijf dat duidelijke opleidingseisen stelt en die, indien gewenst, de gehele administratieve rompslomp op zich neemt. Het is bijvoorbeeld mogelijk om vaste prijsafspraken te maken zodat je als hotelier altijd weet waar je aan toe bent. Een voorwaarde is dan wel dat een goede samenwerking met veel overleg mogelijk is.

Flexibiliteit is ook een veelgenoemd voordeel van uitbesteden. Het schoonmaakbedrijf kan de pieken en dalen van het hotel opvangen. Dit kan meestal op zeer korte termijn, en ook in spoedeisende situaties of in geval van ziekteverzuim. Op die manier zijn de kosten afhankelijk van de omzet. Dit geeft de hotelier controle over dit onderdeel van de bedrijfsvoering. En dat wil natuurlijk elke ondernemer.

Voor- en nadelen van uitbesteding hotelschoonmaak

Voordeel	Nadeel
<ul style="list-style-type: none">• Eén aanspreekpunt voor het hele schoonmaakproces• Continuïteit gegarandeerd, vaste schoonmaakmedewerkers• Flexibel: snel en eenvoudig extra personeel beschikbaar op momenten dat dat nodig is (bijvoorbeeld tijdens feestdagen, piekmomenten, ziekteverzuim)• De schoonmaakkosten zijn afhankelijk van de omzet• Totale schoonmaakorganisatie kan worden uitbesteed (inclusief leidinggevenden, personeel, middelen en materialen)• Efficiënte inzet van personeel, middelen en materialen• Professionele schoonmaak• Schoonmaakpersoneel ook getraind in hospitality	<ul style="list-style-type: none">• Uitbesteden wordt pas rendabel voor hotels vanaf dertig kamers.• Om extra schoonmaakwerk uit te voeren, moeten aanvullende afspraken gemaakt worden tussen hotelier en schoonmaakbedrijf• In rustige uren wordt niet schoonmaakpersoneel niet langer ingezet voor schoonmaakwerkzaamheden

Kostenplaatje niet doorslaggevend

Het kostenplaatje blijkt voor veel hoteliers niet als enige aspect doorslaggevend. Het is bijzonder moeilijk om een eenduidig antwoord te geven op de vragen: hoe lang duurt het om een hotelkamer schoon te maken? En wat kost dat? Dat heeft namelijk alles te maken met de grootte van de kamer, de eisen van de hotelier, de classificatie van het hotel (3 of 5 sterren) en de gebruikte materialen in de kamer. Verder maakt het nog uit of een kamer schoongemaakt moet worden voor een nieuwe klant (een vertrekkamer) of gewoon tussendoor voor een gast die nog blijft. Daarnaast is het wettelijk verboden om de schoonmaak per kamer te factureren als hier geen tijdsregistratie onderhangt waaruit blijkt dat schoonmakers betaald zijn voor de gewerkte uren. Veel hoteliers maken wel een rekensommetje per kamer om de verschillende schoonmaakbedrijven met elkaar te vergelijken of uit te rekenen of uitbesteden goedkoper is dan het in huis regelen van de schoonmaak. Maar die cijfers zijn uitsluitend voor eigen gebruik. De genoemde getallen zijn dus slechts een eigen indicatie van verschillende hoteliers.

Grofweg zeggen de meeste hoteliers dat het tussen een kwartier voor een snelle, budgetkamer en drie kwartier voor een 5-sterren luxe suite kost. Voor de standaard schoonmaak praat je dan over 6 à 7 euro per kamer, en bij een 5-sterren hotelkamer rond de 14 à 15 euro. Daarbij komen nog kosten voor het aanvullen van linnen en andere extra handelingen die je overlegt met het schoonmaakbedrijf. Dat kan het bedrag per kamer verdubbelen.

Het breekpunt voor uitbesteden (dus wanneer dat rendabel is) ligt rond de dertig kamers. Hotels met minder kamers regelen de schoonmaak meestal in eigen beheer.

Een voorbeeld: Een familiehotel van 87 kamers in een Nederlandse provinciestad. Had jarenlang de schoonmaak in eigen beheer. Alles doorberekend kostte de

housekeeping (het schoonhouden van de kamers en de algemene ruimtes) 12,50 euro per kamer. Sinds zij de schoonmaak uitbesteed hebben, is de prijs gedaald naar 7 euro per kamer. Het schoonmaakbedrijf nam alle medewerkers (30) over en regelt nu alles. Van de inkoop van schoonmaakproducten, tot de werkkarren, tot de roosters tot het hele personeelsbeleid. Dat scheelt veel zorgen en in totaal 75.000 euro op jaarbasis. Dat kan professioneel uitbesteden dus opleveren.

De kosten van uitbesteden bespaart op de vaste personeelskosten. En de kosten van kamerschoonmaak zijn flexibel. Daarmee houdt de hotelier dus ook duidelijk een vinger aan de pols. Als er een tijdje minder werk is en niet alle kamers verhuurd zijn, blijven de kosten lager. De kosten zijn geflexibiliseerd. Dat betekent dat omzet en kosten zijn gekoppeld. Het hotel betaalt alleen voor de schoonmaak die daadwerkelijk wordt uitgevoerd. Met andere woorden, de klant betaalt per bezette kamer. Zo blijft de verhouding prijs/kwaliteit in tact. Dat is natuurlijk goed op elkaar afgestemd. Dus: minder klanten, minder omzet, minder schoonmaak.

In 2013 werkten er 63.090 mensen in Nederlandse hotels. Dit zijn alle functies inclusief schoonmaak. Personeelskosten beslaan in hotels een groot deel van de omzet, zo'n 35 procent. Om het resultaat van een hotel te verbeteren is het daarom belangrijk om grip op deze kostenpost te houden, zonder het personeel tekort te doen.

Op totaalniveau neemt het aantal fte's in 2012 af, een trend die in 2008 begon. De daling in het aantal fte's is in 2012 het sterkst bij de vijfsterrenhotels en de grote hotels (>150 kamers) op de afdelingen Kamers en F&B. Dit is een rechtstreeks gevolg van de outsourcing van het kamerpersoneel, een trend die al een aantal jaar gaande is. In 2012 gaf 74 procent van de hoteliers aan housekeeping uit te besteden, ten opzichte van 62 procent in 2011. Daarnaast zien we in de praktijk dat er steeds meer met nulurencontracten gewerkt wordt, en dat ketenhotels hun personeel efficiënter inzetten over meerdere hotels.

(bron: KPMG Hospitality Benchmark 2013)

Hoteliers aan het woord

Een aantal hoteliers aan het woord over de keuze voor uitbesteden:

Niek Hammer (adjunct directeur Okura Hotel):

'Wij werken al tien jaar tot volle tevredenheid samen met dezelfde partner. Tot drie jaar geleden hadden we de supervisie en controle van de schoonmaak nog in eigen beheer maar drie jaar geleden hebben we besloten om ook dat onderdeel uit handen te geven. Nu hebben we alles dus uitbesteed. We wilden natuurlijk eerst echt zeker weten dat de schoonmaak in orde was en bleef. We hebben nu nog maar één medewerker in dienst die over de schoonmaak gaat. Dat is de executive housekeeper. Deze onderhoudt de contacten met het schoonmaakbedrijf, informeert ze over eventuele nieuwe richtlijnen in de hotelschoonmaakbranche, doet de inkoop van speciale materialen voor bijzondere activiteiten zoals gevelreiniging en dergelijke. Ook de

aanschaf en het beheer van de bedrijfskleding voor de schoonmaak is in handen van de executive housekeeper.

Ons schoonmaakbedrijf wordt, ondanks dat het een extern bedrijf is, eigenlijk behandeld als een interne afdeling van het Okura. Ze worden bijvoorbeeld uitgenodigd voor bijeenkomsten die de schoonmaak raken. De schoonmakers worden misschien wel betaald door het schoonmaakbedrijf, maar ze worden uiteindelijk natuurlijk door ons betaald. Op deze manier creëer je een bepaald soort betrokkenheid die je graag wilt zien in je medewerkers.

Hotelschoonmaak is namelijk echt een specialisme. Zeker in onze kamers maken we gebruik van enorm veel hoogstaande en verschillende materialen die allemaal een andere aanpak vereisen. Daar moeten goede mensen op zitten. Van onze partner weten we dat de medewerkers allemaal de juiste opleiding krijgen en dat ze geselecteerd worden op geschiktheid om in ons hotel te werken. Verder hebben we een mooie balans gevonden tussen productiviteit en kwaliteit. Naast dat er een vaste poule van medewerkers is voor Okura, is een hele belangrijke voorwaarde voor kwaliteit dat de leiding consistent is. Er moet altijd leiding aanwezig zijn om te zorgen dat kwaliteit gewaarborgd is.

Een schoonmaakbedrijf moet verder in staat zijn om te upgraden of te downsizen. Met andere woorden, er moet flexibiliteit zijn. Een deel van de schoonmaak is vast en moet altijd gedaan worden, dan gaat het over toiletten en algemene ruimtes, maar de kamers vormen het variabele component. Daarvoor hanteren we vaste kamerprijzen per kamertype. We factureren per bezette kamer.

Schoonmaak in eigen beheer kan misschien veel goedkoper zijn, maar bij ons zijn de kosten niet doorslaggevend. Wat wij willen is kwaliteit en bedrijfszekerheid en die kan alleen een gespecialiseerd bedrijf leveren. Bovendien bespaar je door de schoonmaak uit te besteden veel op de personeelsadministratie en alles wat daarbij komt kijken. Het is in het huidige arbeidsklimaat niet eenvoudig om gekwalificeerde schoonmakers te vinden. Bovendien moeten die allemaal getraind worden en het verloop is groot wat ook weer zorgt voor extra inspanning om de poule aan te vullen en het rooster gevuld te krijgen. Door met een goed bedrijf in zee te gaan koop je als het ware een zeker risico af.

Voor ons is de schoonmaak een zeer belangrijk onderdeel van de bedrijfsvoering, misschien wel het belangrijkste. Klanten zijn namelijk erg gevoelig voor de mate van hygiëne in een hotel en van onze klanten moeten we het hebben.'

Peter Glashouwer (manager Parkhotel Bergen):

'Schoonmaken in een hotel is zwaar werk. Denk bijvoorbeeld aan het opmaken van de bedden. Als ik de schoonmaak uitbested, zorgt het schoonmaakbedrijf ervoor dat ik telkens mensen krijg die het werk aankunnen. Binnen dat bedrijf kunnen oudere/minder sterke krachten opgeleid worden voor functies die fysiek minder zwaar zijn, zoals opzichter of planner. Als mijn eigen schoonmaakpersoneel uitvalt of dreigt te vallen door de zwaarte van het werk, moet ik zelf zorgen voor een andere functie binnen het hotel. Die zorg heb ik nu niet meer. Maar de belangrijkste reden om voor uitbesteden te kiezen waren de kosten. Op de lange duur is het toch goedkoper om met een extern bedrijf te werken. In de drukke periodes is het over het algemeen iets duurder om het bedrijf in te schakelen dan om eigen personeel in te zetten maar berekend over een heel jaar is het externe bedrijf goedkoper.

Een tweede overweging was dat we wilden 'ontzorgen'. Toen we de schoonmaak nog in eigen beheer hadden, moesten we de planning maken en iedereen wil natuurlijk altijd vrij als het heel druk is in het hotel. Alle vakanties van iedereen moesten ingepland worden en bij plotselinge drukte moest je snel mensen optrommelen. Het fijne van een professioneel bedrijf is dat we ervoor konden kiezen om ook de aansturing en planning in te kopen. Dus dat doet het schoonmaakbedrijf nu voor ons. Wij hebben dus ook geen zorgen meer over ziekte van schoonmaakpersoneel, dat is nu hun zorg. Verder waren we natuurlijk ook op zoek naar kwaliteit. Een gespecialiseerd bedrijf heeft verstand van schoonmaken. Kan dus goede kwaliteit leveren. Wij hebben relatief veel Duitse klanten en die zijn over het algemeen strenger dan Nederlanders. Niet alleen waar het hygiëne betreft, maar op alles.'

Ineke van der Laan (hoofd huishouding Ernst Sillem Hoeve):

'Wij hebben de schoonmaak deels uitbesteed, deels in eigen beheer. We hebben 70% van de kamers uitbesteed en 30% plus de conferentiezalen en het restaurant doen we zelf. Het is met het oog op flexibiliteit gunstig om de schoonmaak uit te besteden. Een schoonmaakbedrijf kan er altijd voor zorgen dat er ook in de vakanties en op feestdagen een ploeg is. Als je onder je eigen personeel gaat vragen wie er willen werken op bijzondere dagen is het soms heel moeilijk om het rooster vol te krijgen. Wat we in het verleden wel eens ervaren hebben, is dat de eigen schoonmakers aan het eind van de week de kantjes er vanaf gaan lopen. Dan slaan ze iets over of doen alles maar half. De kosten gaven voor ons niet direct de doorslag. In vergelijking met schoonmaak in eigen beheer is het niet veel duurder of goedkoper om uit te besteden. We betalen tenslotte per bezette kamer. De kosten lopen dus gelijk met de omzet. Wat dus vooral fijn is aan uitbesteden is de flexibiliteit en het feit dat ze ook de planning en administratie doen voor het deel wat zij schoonmaken. Het personeel van het externe bedrijf is zeer klantvriendelijk, net als ons eigen schoonmaakpersoneel. Iedereen moet geschikt en bereid zijn om (zakelijke) gasten te woord te staan en vragen te beantwoorden.'

Hotelschoonmaak moet voldoen aan wettelijke eisen

Als u als hotelier besluit om de schoonmaak uit te besteden, is er een aantal zaken waar u rekening mee moet houden. Slechte schoonmaak in hotels heeft namelijk veel gevolgen. Naast het feit dat een schoon hotel nu eenmaal meer klandizie oplevert, loopt een hotel dat zich niet aan de wettelijke schoonmaakeisen houdt, kans om daarvoor beboet te worden. Daarbij gaat het niet enkel over hygiëne maar ook over arbeidsvoorwaarden, rechten en plichten van werkgevers en werknemers. Uit een brief van de Voorzitter van de Tweede Kamer van 9 juli 2013 over een Onderzoek van de Inspectie SZW in de hotelbranche blijkt dat:

'...De Inspectie SZW controleert de schoonmaaksector zowel in interventieteamverband, bestaande uit vier teams, als in een landelijk project Schoonmaak. Al jaren constateert de Inspectie SZW bij veel bedrijven overtredingen. De vier interventieteams constateren misstanden op het gebied van belasting- en premiebetaling, uitkeringen, onderbetaling en illegale tewerkstelling. Zo hebben het

Uitvoeringsinstituut werknemersverzekeringen (UWV), gemeenten, Belastingdienst en Inspectie SZW gedurende de looptijd van drie jaar tezamen voor ruim € 37 miljoen aan boetes, naheffingen en vorderingen opgelegd... In de hotelbranche bleek in 2013 bij ruim 25 % van de gecontroleerde hotels sprake te zijn van één of meer overtredingen van de Wet minimumloon en minimumvakantiebijslag (WML), de Wet arbeid vreemdelingen (Wav) of de Arbeidstijdenwet (ATW).'



Voor veel hoteliers is het moeilijk zicht te krijgen op alle wettelijke regelingen en eisen. Zeker als het over de schoonmaak gaat. Daarom is het verstandig om met een professioneel schoonmaakbedrijf in zee te gaan dat verstand heeft van zaken. Binnen de schoonmaakbranche bestaat er een keurmerk voor bedrijven die zich houden aan alle regels en die voldoen aan een hele lijst van eisen. Dit is het OSB-Keurmerk. Kiezen voor een professioneel schoonmaakbedrijf met dit keurmerk vermindert het risico op naheffing of boetes van de belastingdienst of Inspectie SZW. Dit neemt een hoop zorg uit handen. Het OSB-Keurmerk werd in 2013 ontwikkeld. Een schoonmaakbedrijf met dit keurmerk garandeert kwaliteit en is financieel betrouwbaar. Op <http://www.osb.nl/ledenlijst-met-osb-keurmerk/> staat het register van de bij OSB aangesloten leden. Deze leden worden jaarlijks gecontroleerd door een onafhankelijke instantie op de toepassing van wetten en regelgeving, afdracht van belastingen en premies, de toepassing van de Code Verantwoordelijk Marktgedrag en enkele schoonmaakspecifieke eisen, zoals het beschikken over de juiste verzekeringen en uiteraard op de naleving van de CAO. De hotelier kan er dus zeker van zijn met professionals van doen te hebben. Niet alleen op het gebied van schoonmaken met verstand van zaken, maar ook op het gebied van het naleven van de regels. Want je moet er toch niet aan denken dat je een naheffing krijgt of een boete omdat bijvoorbeeld een schoonmaker niet over de juiste papieren beschikt? Als opdrachtgever bestaat namelijk de kans dat u als hotelier aansprakelijk wordt gesteld wanneer uw schoonmaakbedrijf in gebreke blijft.

Ook Koninklijke Horeca Nederland spreekt zich uit voor het Keurmerk. Hans van der Kooij: *'Natuurlijk willen wij als brancheorganisatie ook dat er legaal, veilig en professioneel gewerkt wordt, met aandacht voor arbeidsomstandigheden. En met dit Keurmerk weet je als hotelier dat het schoonmaken goed gebeurt. Volgens wettelijke eisen en met naleving van alle regels.'*

Ondernemers maken zich sterk voor eerlijke verhoudingen

OSB, de Ondernemersorganisatie Schoonmaak- en Bedrijfsdiensten, zet zich in voor eerlijke en productieve arbeids- en marktverhoudingen in de schoonmaak, met ruimte en waardering voor vakmanschap en professionaliteit. Zij behartigt de belangen van ruim 300 leden die met 120.000 medewerkers 70% van de totale omzet in de markt realiseren. Een grote speler dus. De schoonmaak is één van de meest arbeidsintensieve bedrijfstakken in Nederland. Tweederde van de bedrijfslasten zijn directe personeelskosten. Daarmee is de waarde die schoonmaak aan het nationale inkomen toevoegt aanzienlijk. Het aantal werknemers in de hotelschoonmaak van de OSB-leden Platform Hotel is 3.900.

Voor haar leden is OSB onder andere partij in de CAO-onderhandelingen voor de schoonmaak. Denk bijvoorbeeld aan de basisopleiding voor werknemers die sinds 2008 verplicht is. OSB is daarnaast één van de initiatiefnemers van de Code Verantwoordelijk Marktgedrag (2011) die werd opgesteld door een breed samengestelde commissie bestaande uit vertegenwoordigers van OSB, NS, Schiphol, VESA (voorheen VMS), FMN, vakorganisaties FNV en CNV, ROC Friese Poort, Erasmus MC en de rijksoverheid.

De Code Verantwoordelijk Marktgedrag



De afgelopen jaren kreeg de schoonmaak te maken met teruglopende schoonmaakbudgetten, scherpe prijsconcurrentie en veel kortlopende

contracten. Dat leverde een verharding in de marktverhoudingen op en bovendien maandenlange schoonmaakstakingen in het eerste kwartaal van 2010. Naar aanleiding daarvan heeft OSB samen met de vakbonden, opdrachtgevers, intermediairs en de Rijksoverheid de Code Verantwoordelijk Marktgedrag opgesteld. Hierin staat beschreven wat goed opdrachtgeverschap is (zorgvuldig en sociaal betrokken), goed werkgever- en opdrachtnemerschap (zorgvuldig, sociaal, transparant en controleerbaar), goed werknemerschap (rol werknemers en vakverenigingen, vakmatig en betrokken), goed makelaarschap (professioneel en transparant) en welke medewerking van andere betrokken partijen wordt verwacht. De Code heeft als dus als doel de marktverhoudingen in de branche te verbeteren. In de Code is vastgelegd dat alle betrokken partijen niet alleen kijken naar de prijs, maar dat juist kwaliteit van de uitvoering van het schoonmaakwerk en de arbeidsomstandigheden moeten worden meegewogen. In de Code staat duurzaam en maatschappelijk verantwoord ondernemen centraal.

Bedrijven die de Code ondertekenen beloven onder andere zich aan de geldende wet- en regelgeving te houden, de CAO na te leven en heldere afspraken te maken met opdrachtgevers.

Voor de hotelier betekent de Code Verantwoordelijk Marktgedrag dat het bedrijf waar zij mee in zee gaat, zich verplicht heeft om de Code na te leven. Dus dat bedrijven niet enkel gaan voor de meest goedkope aanbieder, maar juist waarde hechten aan transparantie, sociaal beleid, goed opgeleide werknemers en een

veilige omgeving. Daarnaast werken zij met duurzame producten en zorgen voor goede arbeidsomstandigheden. De hotelier kan het schoonmaakbedrijf daar dus op aanspreken.

Inmiddels hebben 770 organisaties (schoonmaakorganisaties, opdrachtgevers, intermediairs en makelaars) die schoonmaakdiensten inkopen of aanbesteden de Code ondertekend. Hieronder zijn enkele hotels. Wilt u de Code ook tekenen? Kijk dan op www.codeverantwoordelijkmarktgedrag.nl.

In CAO-Schoonmaak aandacht voor hotellerie

De schoonmaak die door hotels in eigen beheer wordt uitgevoerd (26%) valt onder de CAO Horeca. Bij de hotels die de schoonmaak uitbesteden (74%) vallen de schoonmakers onder de CAO Schoonmaak.

Omdat schoonmaak van hotels een specialisme is en extra aandacht verdient, heeft OSB begin 2013 een OSB-platform Hotel in het leven geroepen. De schoonmaakbedrijven die hier aan deelnemen, beschikken allemaal over kennis en kunde op het gebied van hotelschoonmaak en hospitality. En zij hebben een visie op hotelschoonmaak waar hoteliers verder mee komen. Deze schoonmaakbedrijven kunnen de hoteliers helpen bij een gelijkwaardige of betere aanpak van het facilitaire bedrijf in hun hotel met de juiste kennis en borging.



Leden OSB-platfrom Hotel van achter naar voren: Niek van der Vlis (Jaquet & De Groot), Eric van Kroonenburg (Hendriks Hoteldiensten), Toon Stoef (Hendriks Hoteldiensten), Max Snoeren (CSU Albatros), Ilse Mariën (OSB), Maaïke Ligtenstein (EW), Bas Cornelissen (EW) en Marco Gramser (CSU Albatros). Margot de Groot (Jaquet & De Groot) en Rogier Lussenburg (ISS) ontbreken op de foto.

Om recht te doen aan de specifieke vorm van dienstverlening in hotels, is in juni 2010 een CAO-deel voor hotels aan de CAO Schoonmaak toegevoegd, het zogenoemde D-deel.

Er is zojuist een nieuwe CAO Schoonmaak afgesproken. In deze nieuwe CAO hebben werkgevers en vakbonden afgesproken zich gezamenlijk in te spannen om het D-deel van de CAO verder vorm te geven om het zo nog beter te laten aansluiten op de specifieke eisen in deze markt. Dit maakt uitbesteding van hotelschoonmaak voor hoteliers nog aantrekkelijker. Ook gaan de sociale partners

de zogenaamde schijnconstructies in de hotelschoonmaak tegen. De schoonmaakbranche vindt namelijk in toenemende mate hinder van oneerlijke concurrentie van uitzendbureaus of soortgelijke organisaties. Deze bureaus gedragen zich als een regulier schoonmaakbedrijf, waarbij het (uitzend)bureau bijvoorbeeld ook materialen, middelen en/of leidinggevenden levert. Dit kan echter betekenen dat deze (uitzend)bureaus zich ook moeten houden aan de CAO Schoonmaak, wat niet altijd gebeurt. Tijdens de looptijd van de CAO zullen de sociale partners dit samen gecoördineerd gaan oppakken.

De nieuwe CAO Schoonmaak heeft een looptijd van 1 januari 2014 tot en met 31 december 2016.

De nieuwe CAO tekst is vanaf september beschikbaar.



De OSB, de Ondernemersorganisatie Schoonmaak- en Bedrijfsdiensten, is de werkgeversorganisatie van de schoonmaak- en glazenwassersbranche in Nederland. Het in 2013 geïntroduceerde OSB-Keurmerk staat voor betrouwbare bedrijven die beschikken over de juiste vakkennis en goed omgaan met hun personeel en belasting en premies betalen. Alle bij OSB aangesloten bedrijven zijn gehouden aan het keurmerk en worden regelmatig getoetst. De schoonmaakbedrijven die zich hebben gespecialiseerd in hotelschoonmaak zijn binnen OSB verenigd in het platform hotel. www.OSB.nl

