



**Redmar Broerse**, student facility management aan Hogeschool INHolland.

## MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD?!

Maatschappelijk verantwoord ondernemen (mvo) is een hot item in het bedrijfsleven. Elke zichzelf respecterende onderneming neemt initiatieven om een positieve bijdrage te leveren aan de maatschappij en het milieu waarin wij leven. Het is een goede zaak dat bedrijven, vanuit eigen overtuiging of economische overwegingen, stilstaan bij hun manier van werken.

Zoals met veel (nieuwe) ontwikkelingen in het bedrijfsleven, is ook mvo een ontwikkeling die in razend tempo door de Westerse wereld raast. Maatschappelijk verantwoord ondernemen berust op de balans tussen people, planet en profit.

Hierbij staat people voor de maatschappij waarin wij leven. Uitgaande van deze benadering, is het

de vraag of men wel zo maatschappelijk verantwoord bezig als men denkt. Neem nu de staking in de schoonmaakbranche begin 2010. Schoonmakers zijn een onmisbare link in de economie en doen werk dat vele anderen niet willen doen. De miljoenen reizigers en toeristen die tijdens de negen weken durende staking van de Nederlandse infrastructuur gebruikmaakten, zullen geen aangenaam beeld hebben gekregen van de vieze stations en de vuile toiletten en treinen. Stelt u zich voor dat u van niets weet en op Schiphol landt. Een onhygiënisch vliegveld is bepaald geen goede reclame voor een land dat zich op facilitair vlak bij de best ontwikkelde landen van Europa kan scharen. Schoonmaak is een slecht betaalde bedrijfstak. De marges zijn laag, de winsten staan onder druk, men krijgt slecht betaald en er heerst in veel gevallen een tijdsdruk. Alle processen

moeten zo snel en efficiënt mogelijk gebeuren. Omdat de marges zo onder druk staan hebben kostenbesparingen al snel ingrijpende gevolgen voor het personeel. De reden dat de marges en winsten laag zijn in de schoonmaakbranche, is dat de klanten, de organisaties die pretenderen maatschappelijk bezig te zijn, in de schoonmaakbranche veel macht hebben. Schoonmaak wordt door hen gezien als een noodzakelijk kwaad en men is gewend aan een schone leefomgeving. Dat heeft tot gevolg dat op het moment dat iets niet schoon is, de klanten al snel beginnen te klagen. Het feit dat schoonmaak

een grote 'dissatisfier' is, dat een schoon kantoor 'normaal' is en dat er relatief veel aanbieders van schoonmaakdiensten

*'Schoonmaak wordt gezien als noodzakelijk kwaad.'*

zijn, heeft tot gevolg dat de klanten veel macht hebben en niet bereid zijn te betalen voor de schoonmaakdiensten. Dit leidt tot lage marges en dat vertaalt zich direct door naar de salarissen en arbeidsvoorwaarden voor de schoonmakers. Wat hier uit blijkt, is dat veel bedrijven zeggen dat ze maatschappelijk verantwoord bezig zijn, maar dat de drie p's van maatschappelijk verantwoord ondernemen niet in balans zijn. Als we over schoonmaak spreken, is profit (lage schoonmaakkosten), bijna altijd belangrijker dan people (de schoonmakers). Dit betekent dat men op veel terreinen nog een grote stap moet maken. Ik pleit dan ook voor meer erkenning en bewustwording voor de schoonmakers die de dagelijkse gang van zaken in onze economie mogelijk maken en het visitekaartje zijn voor vele bedrijven.

Reageren? [info@f-mex.nl](mailto:info@f-mex.nl)

F-MEX ([www.f-mex.com](http://www.f-mex.com)) is een stichting die zich actief bezighoudt met de professionalisering van facilitair management. Een van de speerpunten van F-MEX is talentontwikkeling. F-MEX biedt young professionals elke week een platform om hun Standpunt met u te delen.