

ZELFVERKLARING OVER HET JAAR 2024

Steeds meer bedrijven en organisaties ondertekenen de Code Verantwoordelijk Marktgedrag. Daarmee geven ze invulling aan maatschappelijk verantwoord ondernemen. Invulling aan eerlijk en fatsoenlijk zakendoen met elkaar. In de markt verwachten bedrijven steeds vaker dat de ingekochte dienstverlening eerlijk en fair geleverd wordt.

Ondertekenaars van de Code Verantwoordelijk Marktgedrag Schoonmaak- en Glazenwassersbedrijf leggen verantwoording af over de toepassing van de Code. Dit gebeurt één keer per jaar in een zelfverklaring. Daarnaast zijn wij benieuwd naar uw beleving van de Code Verantwoordelijk Marktgedrag en vragen wij u hoe u uw rol binnen de Code Verantwoordelijk Marktgedrag ziet.

Uitleg scorebalk: Hier kunt u uw score monitoren aan de door u ingevulde antwoorden. Hoe hoger het percentage hoe beter u het doet!

Totaalscore

56%

1. Waarom vindt uw organisatie het belangrijk dat geïnvesteerd wordt in het welzijn van uw schoonmaakmedewerkers?

Wij vinden het logisch dat ons schoonmaakbedrijf investeert in het welzijn van onze medewerkers. Dat behoort bij goed werkgeverschap

Kunt u hier voorbeelden van geven?

Onze schoonmaakmedewerkers zijn de belangrijkste medewerkers in ons bedrijf, hun welzijn is daarom essentieel. Wij zorgen om die reden dat medewerkers een goede introductie en instructie bij de opdrachtgever en binnen onze eigen organisatie krijgen. Dat medewerkers wanneer zij dit willen een fulltime taak hebben. Dat de salarissen correct zijn en als er toch een keer een foutje inziet dit snel gecorrigeerd wordt. Dat er veel aandacht is vanuit de leidinggevenden. Dat de werkkleding, middelen en materialen in orde en voldoende zijn. Dat de medewerker wanneer hij/zij dat wil kan doorgroeien binnen de organisatie en daarmee de arbeidsvoorwaarden verbeteren. We bieden interne en externe opleidingen. We organiseren gezellige bijeenkomsten voor iedereen op ons hoofdkantoor zodat er ook voldoende informeel contact is tussen alle collega's. Jaarlijks bieden we een mooi cadeau aan op een wisselende feestdag en een attentie op de dag van de schoonmaker. We faciliteren dat medewerkers 1 keer per 2 jaar langer op vakantie kunnen (maximaal 5 weken). We brengen periodiek een personeelsmagazine uit vol informatie. Onze directie en management is zeer goed bereikbaar en benaderbaar. Iedereen kan binnenlopen of een afspraak maken voor een gesprek.

2. Faciliteert u als opdrachtnemer een jaarlijks gesprek tussen uw opdrachtgever en de schoonmaakmedewerkers? (zonder dat u daarbij aanwezig bent)

Ja

3. Welke onderwerpen komen in het gesprek dat u met uw eigen schoonmaakmedewerkers voert aan de orde?

De algemene tevredenheid van de medewerker met het werk en onze organisatie, deze splitsen we daarna verder uit per

categorie; leidinggevend, materialen en middelen, werkkleding, ondersteuning door P&O, ondersteuning door de leidinggevende, correctheid van de salarisadministratie, wens van de medewerker om door te kunnen groeien etc.

4. Wordt een van uw lopende opdrachten komend jaar (of 2) opnieuw aanbesteed?

Nee

5. Maakt u gebruik van het werkdrukinstrument van de RAS om de werkdruk van uw schoonmaakmedewerkers in kaart te brengen en te zoeken naar oplossingen? (los van aanbestedingen)

Nee, wij maken gebruik van een andere manier om de werkdruk in kaart te brengen.

Van welke manier maken jullie gebruik?

Uitvraag in de medewerkerstevredenheidsmeting

6. Is bij nieuwe aanbestedingen de code onderwerp van gesprek met de opdrachtgever?

Soms

Wanneer wel/niet?

Al 90 jaar zijn de uitgangspunten van de code onderdeel van het DNA van onze organisatie. Soms

7. Met welke uitgangspunten/voorwaarden (uit de Code) schrijft uw organisatie op opdrachten in?

Wij hanteren realistische prijzen in onze offertes. Wij vinden kwaliteit van dienstverlening zeer belangrijk en besteden daaraan veel aandacht in het offertetraject. Onze schoonmaakmedewerkers zijn op de hoogte van de afspraken met de opdrachtgever.

8. In hoeverre past uw organisatie de top 10 speerpunten bij offerteprocedures en aanbestedingstrajecten van de Code toe?

Ons schoonmaakbedrijf past de top 10 in alle offerteprocedures en aanbestedingstrajecten voor de schoonmaak- en glazenwasserssector toe.

9. Hoe vaak bespreekt u de uitvoering van het contract met uw opdrachtgever?

Samen met onze opdrachtgever bespreken wij de uitvoering van alle afspraken in het contract.

10. In hoeverre heeft u tijdens de looptijd van het contract overleg met uw eigen schoonmaakmedewerkers over het schoon te maken object en het contract?

Wij gaan meerdere keren per jaar in gesprek met deze medewerker(s).

Waarom?

Omdat de informatie van onze medewerkers over de werkzaamheden enorm belangrijk is.

Bespreekt u met de opdrachtgever de kwantiteit en kwaliteit van uw direct leidinggevend van de schoonmaakmedewerkers?

Ja

Kunt u hiervan een voorbeeld geven?

Wanneer ons commerciële team evalueert met de opdrachtgever wordt dit onderwerp besproken, hierbij gebeurt het wel eens dat er wordt gemeld dat er geen klik is en zorgen we voor een aanpassing.

12. Waarom past uw organisatie de Code toe? (meerdere antwoorden mogelijk)

Onze organisatie werkt al volgens de Code

13. In hoeverre heeft uw organisatie Code-doelen opgesteld?

Nee, we hebben geen expliciete Code doelen vastgesteld.

14. Heeft uw organisatie al resultaten bereikt met het toepassen van de Code?

Ja, we voelen ons als ambassadeur van de Code

15. Informeert u uw schoonmaakmedewerkers over de Code?

Ja

15a. Bespreekt u met uw schoonmaakmedewerkers hoe de Code kan worden toegepast?

Ja

16. In hoeverre zijn uw schoonmaakmedewerkers actief betrokken bij de Code-activiteiten van uw organisatie?

Onze schoonmaakmedewerkers zijn hierbij betrokken

Hoe zijn uw schoonmaakmedewerkers erbij betrokken? Kunt u hiervan een voorbeeld geven? Uit welke handelingen blijkt dit?

Er zijn tussen opdrachtgevers en schoonmaakmedewerkers gesprekken over de code geweest

