



code { verantwoordelijk marktgedrag
schoonmaak-
en glazenwassersbranche

Code Verantwoordelijk Marktgedrag
In de schoonmaak- en glazenwasserbranche

www.codeverantwoordelijkmarktgedrag.nl

21 juni 2011

Code Verantwoordelijk Marktgedrag In de schoonmaak- en glazenwasserbranche

Preambule

De ondertekenaars van de Code nodigen andere partijen uit om mede te tekenen. Deze uitnodiging is een appel, gegrond op de gegroeide overtuiging dat verandering nodig en mogelijk is. Het is een positieve uitnodiging en nadrukkelijk niet de bedoeling dat deze een dwangmatig karakter aanneemt. Professionaliteit en verantwoordelijk marktgedrag, in een context van maatschappelijke verantwoordelijkheid, dat wordt met deze Code nagestreefd.

De Code is het product van gemotiveerde en betrokken samenwerking van zeer verschillende partijen, die vanuit een gezamenlijke zorg en inspiratie na intensief overleg elkaar hebben gevonden.

Opdrachtgevers, werkgevers (tevens opdrachtnemers), werknemers en makelaars vormen een unieke combinatie, met welke vanuit verschillende verantwoordelijkheden het probleem van de onvolwassen marktwerking in de schoonmaak- en glazenwassersbranche onder ogen is gezien. Dat heeft geleid tot de overtuiging dat een verandering in het marktgedrag nodig is. In de Code wordt zowel het gemeenschappelijk kader, als wat elk der partijen vanuit de eigen verantwoordelijkheid op zich neemt, beschreven. Elk der partijen geeft op zijn eigen wijze die verantwoordelijkheid vorm. De werkgevers hebben een branchevereniging die met de leden dwingend afspraken kan maken, dat geldt evenzo voor de makelaars. De individuele opdrachtgevers verbinden zich met elkaar door het tekenen van de code, zij kennen geen koepelorganisatie. De vakverenigingen stimuleren werknemers actief de code na te leven.

Bij het implementeren van de voornemens en afspraken uit de Code wordt met deze verschillende verantwoordelijkheden, en de mogelijkheden en beperkingen die dat met zich brengt, goed rekening gehouden.

De Code doet een appel op het maatschappelijke verantwoordelijkheidsbesef van alle betrokkenen, in het bijzonder van de leidinggevenden van bedrijfsleven en overheden. Dit appel is in eerste instantie moreel, maar uiteindelijk ook zakelijk.

In de Code staan ook praktische zaken uitgewerkt, waarmee richtlijnen gegeven worden hoe een en ander ook feitelijk kan worden geëffectueerd. De nadruk ligt daarbij op het beoogde effect, maar niet op de juridische regelvastheid: meer professionele marktwerking, verbetering van werk- en arbeidsomstandigheden, versterking van de kwaliteit van productie en arbeid.

De Code is een levend document, dat nu eerst in de publiciteit wordt gebracht, en dat vervolgens in praktijk wordt gebracht door de ondertekenaars. Tegelijk wordt een appel gedaan op andere partijen om mede te tekenen en, vooral, er mee aan de slag te gaan. Op grond van die praktijkervaringen wordt de Code, zowel qua inhoud als qua effect geëvalueerd en waar nodig bijgesteld. Evaluatie en eventuele aanpassing zijn voorzien als onderdelen van het vervolgproces.

Inleiding

De schoonmaak- en glazenwasserbranche in Nederland biedt werk aan 150.000 mensen en is goed voor een omzet van € 4,3 miljard (1% van het Bruto Nationaal Product). De markt is al enige tijd sterk in beweging. Maar de kansen en mogelijkheden van die nieuwe dynamiek komen onvoldoende uit de verf. Bij de aanbesteding van schoonmaakwerk richten betrokken partijen zich namelijk in hoofdzaak op kostenverlaging. Andere belangrijke aspecten, zoals de kwaliteit van het werk en de arbeidsomstandigheden, laten zij onderbelicht. De 'Code Verantwoordelijk Marktgedrag' biedt perspectief voor verbetering.

Door ondertekening van deze code onderschrijven opdrachtgevers, werkgevers, werknemers, makelaars en adviseurs in de schoonmaak- en glazenwasserbranche de visie en uitgangspunten voor verantwoordelijk marktgedrag. Ze leiden tot een duurzame verankering op hoog niveau van professionaliteit, kwaliteit en omgangsvormen in de branche, samengevat als: 'verantwoordelijk marktgedrag'. Hierbij is het samenspel van de verschillende partijen essentieel.

De code is verstrekkend en toonaangevend. Hij is in de afgelopen periode opgesteld door een breed samengestelde commissie, waarin zowel de verschillende marktpartijen als vakorganisaties en deskundigen zijn vertegenwoordigd. De commissie bestaat uit vertegenwoordigers van NS, Schiphol, OSB, VMS, FMN, vakorganisaties FNV en CNV, ROC Friese Poort, Erasmus MC en de rijksoverheid.

Aanleiding en achtergrond

Aanleiding voor de opstelling van deze code vormden de maandenlange schoonmaakstakingen in het eerste kwartaal van 2010. De stakingen waren primair opgezet om CAO-eisen kracht bij te zetten. Zij kregen daarnaast een grote maatschappelijke impact. Stations en treinen vervuilden, kantoren en delen van ziekenhuizen werden niet meer schoongemaakt. Schoonmakers manifesteerden zich op het Centraal Station in Utrecht, bij het UWV en op Schiphol.

Veel aandacht ging uit naar de werkdruk, de kwaliteit van het werk, de bejegening van werknemers door hun superieuren en meer in het algemeen: de verharding van de marktverhoudingen door teruglopende schoonmaakbudgetten, scherpe prijsconcurrentie en kortlopende contracten. Dit is een direct gevolg van de toegenomen dynamiek in de sector. Veel facilitaire diensten zijn de laatste jaren uitbesteed aan gespecialiseerde bedrijven en ook aanbesteed.

Dit proces bracht naast de gebruikelijke voordelen van transparantie en efficiëntie een zwaardere druk op de prijs dan op kwaliteit, vakmanschap en betrokkenheid. De code is bedoeld om dit weer in evenwicht te brengen.

Positief is dat veel belanghebbenden, waaronder tal van grote partijen, zich achter dit initiatief scharen en daarmee hun verantwoordelijkheid nemen voor duurzame marktcondities. Uiteindelijk zal dit niet alleen leiden tot verbetering van de arbeidsverhoudingen, maar ook tot een hechtere relatie tussen klanten en leveranciers en een grotere tevredenheid over de kwaliteit van het werk. Door de code komt de markt ook in een aantrekkelijker daglicht te staan voor nieuwe toetreders, laagopgeleiden, allochtonen en mensen met een moeilijke positie op de arbeidsmarkt. Schoonmaak vormt immers voor velen een eerste entree tot werk en opleiding en daarmee tot integratie in de Nederlandse samenleving.

Visie

Organisaties hebben de opdracht effectief en efficiënt goederen te produceren en diensten te verlenen. Niet-kernactiviteiten kunnen worden ondergebracht bij een in die activiteit gespecialiseerde partner, wat vaak leidt tot effectiever en efficiënter produceren. Dit is alleen een complex proces, waar veel partners bij betrokken zijn en de primaire belangen niet altijd gelijk opgaan. Al die partijen hebben echter wel degelijk gemeenschappelijk belang in een gezonde marktontwikkeling.

Daarbij voelen zij zich medeverantwoordelijk voor de wijze waarop arbeidsvoorwaarden, arbeidsinhoud en arbeidsomstandigheden in de toeleveringsketen zijn georganiseerd onder het motto: 'je gaat er niet over, maar je vindt er wel wat van'.

Met dit in gedachten richten toonaangevende organisaties hun beleid al in op duurzaam en maatschappelijk verantwoord ondernemen. Verantwoord uitbesteden en werk aannemen in de schoonmaakbranche horen daarbij. Ook hier zijn belangen van partijen met elkaar verbonden. Ook hier loont samenwerking aan een gemeenschappelijk resultaat vaak meer dan dat ieder naar maximalisatie van het eigen belang streeft. Daarnaast kunnen partijen er samen voor zorgen dat werkomstandigheden in de schoonmaakbranche geen aanleiding voor maatschappelijke actie of ontwrichting meer hoeven vormen. De code biedt hiervoor een belangrijke handreiking.

De code sluit aan bij de principes van maatschappelijk verantwoord ondernemen zoals die door het Nederlandse en internationale bedrijfsleven in de armen zijn gesloten. Richtlijnen voor verantwoord ketenbeheer en sociaal verantwoord ondernemen staan omschreven in het SER-rapport 'Waarde winnen, ook in de keten' en het VN-rapport van John Ruggie 'How to do business with respect for human rights, a guidance tool for companies.' Partijen onderschrijven dan ook verklaringen in deze sfeer van de ILO, de OECD en de aanbevelingen van de internationale Kamer van Koophandel. In Nederland is op 2 december 2010 het Manifest Maatschappelijk Verantwoord Inkopen en Ondernemen opgesteld en ondertekend door private en publieke bedrijven. Zij hebben met elkaar afspraken gemaakt om rekening te houden met de milieu- en sociale aspecten van producten en diensten, die ingekocht worden. De code sluit hier goed op aan.

Code verantwoordelijk marktgedrag in de schoonmaak en glazenwasserbranche

Direct betrokken partijen in de schoonmaak- en glazenwasserbranche bevorderen via deze code dat principes voor maatschappelijk verantwoord ondernemen in hun praktijk worden toegepast. De code is maatgevend voor alle direct betrokken partijen en praktisch bruikbaar, zodat verantwoordelijk marktgedrag in de sector vanzelfsprekend is. De code beperkt zich tot in Nederland gevestigde (buitenlandse) organisaties en activiteiten in Nederland.

Voor het bereiken van dit doel zijn vier partijen direct betrokken: opdrachtgevers, bedrijven in de schoonmaak- en glazenwasserbranche (hierna te noemen: 'bedrijven'), medewerkers, makelaars en hun vertegenwoordigers. Daarnaast zijn andere partijen betrokken en zijn er dwarsverbanden waar de code aansluit op nationale en internationale regelgeving en gebruiken.

1. Goed opdrachtgeverschap

Opdrachtgevers worden aangesproken in hun rol als aanbestedende en contract verantwoordelijke, een rol waarin zij medeverantwoordelijk zijn voor de kwaliteit van en condities waaronder het werk wordt verricht. De kernwoorden hierbij zijn: zorgvuldig en sociaal betrokken.

1.1. Zorgvuldig

Opdrachtgevers zorgen voor een professionele inrichting en uitvoering van het aanbestedingsproces, afgestemd op het mededingingsrecht en waar nodig op Europese regelgeving. Zij zijn open over de voorwaarden en criteria die ook relevant en objectiveerbaar zijn. Zo zorgen zij voor een efficiënt en zuiver proces met goede communicatie naar alle betrokkenen.

Opdrachtgevers wegen in het aanbestedingsproces alle aspecten zorgvuldig af waarbij zij:

1. sturen op het gunningcriterium 'de economisch meest voordelige inschrijving' en niet op 'de laagste prijs';
2. bij het vaststellen van de wegingfactoren voor de gunning de 'wegingfactor prijs' in een evenwichtige en passende verhouding te brengen tot de wegingfactoren die aan andere eisen gehangen worden;

3. eenduidig formuleren aan welke criteria van verantwoordelijk marktgedrag aanbieders moeten voldoen;

Opdrachtgevers stellen de volgende minimum kwalificatie-eisen aan potentiële opdrachtnemers: naleven van CAO en van wet- en regelgeving, voldoen aan de eisen van goed werkgeverschap.

Opdrachtgevers controleren de naleving van het contract.

Opdrachtgevers houden bij reguliere contractswisseling rekening met de positie en het welzijn van de betrokken medewerkers, waarbij de CAO leidend is, een overgangstijd geldt van minimaal twee maanden na definitieve gunning en tijdige en volledige informatie naar het personeel wordt gegeven.

1.2. Sociaal betrokken

Opdrachtgevers zijn mede verantwoordelijk voor (het doen realiseren van) goede arbeidsomstandigheden bij de opdrachtnemer. Verschillen in faciliteiten en bejegening tussen eigen medewerkers en die van de dienstverleners wordt bewust aandacht aan besteed met als doel dit zoveel mogelijk tegen te gaan.

Opdrachtgevers voldoen aan alle veiligheidseisen en stellen diezelfde eisen ook aan de bedrijven.

Opdrachtgevers en bedrijven maken binnen de contractsrelatie afspraken hoe werkdruk en werkbeleving bij medewerkers te toetsen en op te volgen. Minimaal eenmaal per jaar praten zij met (een vertegenwoordiging van) de medewerkers van de dienstverlenende bedrijven over de werkhoud en de werkomstandigheden, in bijzijn van de vertegenwoordiging van het management van de dienstverlenende organisatie.

Opdrachtgevers en bedrijven verlenen binnen de bestaande regelgeving toegang aan vertegenwoordigers van erkende vakbonden en zijn aanspreekbaar voor deze vertegenwoordigers.

Opdrachtgevers dagen de bedrijven uit te komen met innovatieve oplossingen voor verbetering van de dienstverlening.

2. Goed werkgever- en opdrachtnemerschap

Bedrijven worden aangesproken in hun rol als opdrachtnemer en werkgever. De kernwoorden hierbij zijn: zorgvuldig, sociaal, transparant en controleerbaar. Als opdrachtnemer kan het bedrijf ook hoofdaannemer zijn van werk dat wordt uitgevoerd door een bedrijf als onderaannemer. Ook op die relatie ziet de Code als ware de hoofdaannemer opdrachtgever en de onderaannemer opdrachtnemer.

2.1. Zorgvuldig

Bedrijven nemen bij de uitoefening van hun werkzaamheden een zo groot mogelijke zorgvuldigheid in acht. Zij richten zich zo goed mogelijk op de belangen van opdrachtgevers en betrokken werknemers, onder meer door navolging van de geldende wet- en regelgeving, zoals bijvoorbeeld de wet Arbeid Vreemdelingen, de CAO in het schoonmaak- en glazenwasserbedrijf en de gedragscode van de OSB. Gestimuleerd wordt dat bedrijven zijn aangesloten bij een erkende branche- of werkgeversvereniging.

Bedrijven verplichten zich hun kennis, ervaring en capaciteit in te zetten bij de uitvoering van de opdracht. Zij maken de opdrachtgever duidelijk wat verwacht mag worden en leggen afspraken schriftelijk vast. Partijen voorkomen zoveel als mogelijk een gang naar de rechter.

Bedrijven handelen zorgvuldig bij het doorvoeren van veranderingen. In geval van contractswisseling van de opdracht zal bij de vaststelling van de aanvangsdatum van het contract een termijn van minimaal twee maanden na definitieve gunning, dan wel voor de nieuwe ingangsdatum, in acht worden genomen. Hierdoor worden zowel het bedrijf dat de opdracht verliest, als het bedrijf dat de opdracht verkrijgt, in staat gesteld om de wisseling op sociale wijze conform CAO en andere relevante regelgeving vorm te geven.

Bedrijven communiceren met zowel medewerkers als opdrachtgevers en gebruikers helder en open over de veranderingen. Medewerkers worden niet geconfronteerd met onduidelijkheden of onhaalbaarheden in de werkkuitvoering. Werkzaamheden worden gerealiseerd conform de verwachtingen van opdrachtgevers en gebruikers.

2.2. Sociaal

Bedrijven hanteren een verantwoord, goed afgewogen en feitelijk in de praktijk vertaald sociaal beleid, waarin de belangen van werknemers goed en fair zijn behartigd.

Daarbij zullen zij op geen enkele wijze discriminatoir handelen, in het bijzonder met betrekking tot werving, selectie, introductie, aanstelling, functie en schalen van werknemers. De NVP-sollicitatiecode is hier leidend.

Bedrijven zorgen ervoor dat hun organisatie goed is toegerust voor coachend leidinggeven aan uitvoerend personeel. Bij werving en selectie van leidinggevend personeel wordt bijzondere aandacht gegeven aan vakinhoudelijke kwaliteit, karakter (passend bij een echt 'mensenbedrijf') en een hanteerbare span of control. Het beleid is gericht op individuele aandacht voor belangen en interesses van medewerkers. Uitgangspunt is een respectvolle bejegening.

Bedrijven stimuleren de opleiding en ontwikkeling van hun medewerkers. Prioriteit wordt gegeven aan de basisopleiding voor het vak, opleiding Nederlandse taal en veiligheidstraining.

Bedrijven voeren een actief en activerend gezondheids- en veiligheidsbeleid. Daarbij is het van belang dat risico-inventarisatie en -evaluaties van bedrijf en opdrachtgever vooraf zorgvuldig en in overleg op elkaar worden afgestemd. De CAO Arbo voor het schoonmaak- en glazenwasserbedrijf is leidend voor de toepassing van een op de werkvloer gericht effectief veiligheidsbeleid.

Bedrijven spreken de opdrachtgever zo nodig aan op goede arbeidsomstandigheden, waaronder fatsoenlijke verblijfsruimtes.

2.3. Transparant

Bedrijven baseren hun offertes op een degelijke onderbouwing en op een in de praktijk op verantwoorde en professionele wijze haalbare, aantoonbare en controleerbare normstelling. In dat licht hanteren bedrijven realistische prijzen.

Bedrijven brengen hun offertes pas uit nadat zij over voldoende informatie beschikken. Zij doen dit op basis van toepasbare leveringsvoorwaarden of inkoopvoorwaarden die voldoen aan de eisen gesteld in deze code.

Bedrijven respecteren het recht van medewerkers om zich te laten vertegenwoordigen door vakbonden en andere werknemersvertegenwoordigers, waarbij wordt gestreefd naar een open verhouding. Vanzelfsprekend wordt toegang verleend tot de werkvloer, maar altijd in overleg met opdrachtgevers en binnen de grenzen van de afspraken die daarover zijn gemaakt in de CAO. Bedrijven bevorderen het functioneren van een goede medezeggenschap.

2.4. Controleerbaar

Bedrijven staan controles door opdrachtgevers op naleving van deze code toe. Daarbij gaat het in het bijzonder om het verlenen van medewerking en het verstrekken van alle benodigde informatie voor controle op de juistheid van de aangeleverde informatie, inclusief cijfermateriaal, ter onderbouwing van de offerte. Controles kunnen zowel tijdens het inkoopproces als tijdens de looptijd van de overeenkomst plaatsvinden.

3. Goed werknemerschap

3.1. Rol werknemers en vakverenigingen

De vakverenigingen bevorderen de toepassing en naleving van de code in de praktijk en stellen afwijkingen aan de orde, in eerste instantie bij de opdrachtgever en opdrachtnemer.

De werknemers zelf worden aangesproken in hun rol als medewerkers die van vitaal belang zijn voor het behalen van doelstellingen. De kernwoorden zijn hier: vakmatig en betrokken.

3.2. Vakmatig

Medewerkers tonen inzet voor het werk, werken effectief en efficiënt en leveren de afgesproken kwaliteit. Zo werken zij mee aan de ontwikkeling van een positief beroepsbeeld. Zij zijn bereid de basis (vak) opleiding te volgen, zij beheersen de Nederlandse taal in woord (tot ten minste A2-niveau) en geschrift (tot ten minste A1-niveau) en volgen hiervoor indien nodig een opleiding. Medewerkers blijven investeren in vakmanschap en persoonlijke ontwikkeling.

Medewerkers houden zich aan alle veiligheidsregels, nemen de ARBO-regels in acht, werken mee aan werkdruk- en medewerker tevredenheid-onderzoek en aan programma's die de gezondheid en inzetbaarheid bevorderen. Tevens werken medewerkers volgens de beleids- en gedragsregels van de opdrachtgever.

3.3. Betrokken

Medewerkers leggen een positieve werkhouding aan de dag. Van hen wordt verwacht dat zij betrokken zijn bij de organisatie waar zij in dienst zijn en het bedrijf waar zij hun werkzaamheden verrichten. Daarbij hoort: zich actief op de hoogte stellen om te weten wat er speelt, teamgeest tonen, zich collegiaal opstellen en respect tonen voor andere culturen en achtergronden.

Medewerkers voelen zich ook betrokken bij hun werkgever. Verwacht wordt dat zij een bijdrage leveren aan het goed functioneren van de bestaande medezeggenschap, dan wel als vakbondsvertegenwoordiger of OR-lid de belangen van de achterban stevig en respectvol vertegenwoordigen.

Dit betekent ook dat zaken die tegen de code ingaan door werknemers, zonder represailles, aan de orde gesteld kunnen worden.

4. Goed makelaarschap

Makelaars worden aangesproken in hun rol als makelaar en consultant voor opdrachtgevers of bedrijven. De kernwoorden hier zijn: professioneel en transparant zoals bijvoorbeeld omschreven in de gedragscode van de VMS.

4.1. Professioneel

Makelaars en consultants spelen een constructieve rol in de markt op basis van hun professionaliteit, vakmanschap en onafhankelijkheid.

Makelaars voegen een zodanig waarde toe in het proces van contractvorming dat partijen zich kunnen baseren op een volledig afgewogen prijs-prestatie-kwaliteitsverhouding.

Makelaars voldoen aan eisen van bekwaamheid als 'gecertificeerd makelaar in schoonmaakdienstverlening' en zijn als bedrijf erkend door een branchevereniging.

4.2. Transparant

Makelaars zijn in hun handelwijze objectief, transparant en onafhankelijk. Zij werken voor slechts een opdrachtgever (verdienen niet dubbel aan een overeenkomst tussen bedrijf en opdrachtgever), volgen de gedragscode van de branchevereniging, betrachten zorgvuldigheid in alle procedures en hebben geen belang bij de uitkomst van hun advies/uitslag van de kwaliteitscontrole.

5. Medewerking van andere betrokken partijen

Vanaf de zijlijn zijn andere partijen nauw betrokken: Beroepsverenigingen in het facilitaire veld zijn gericht op professionalisering en ontwikkeling van het vakgebied. Van deze wordt verwacht dat zij hun leden stimuleren de code te onderschrijven.

Opleidingsinstituten kunnen de code een plek geven in hun onderwijs.

Bij opdrachtgevers wordt een stimulans verwacht van alle betrokken disciplines en managers om het lange termijnperspectief van de code te realiseren.

Overheden hebben zowel belang bij hun rol als opdrachtgever, als in het kader van hun verantwoordelijkheid voor marktregulering. Wat dit laatste betreft is de code onmisbaar als instrument om disfunctionele uitwassen van marktwerking, zeker naar kwetsbare groepen toe, aan banden te leggen.

6. Implementatie en naleving van de code

Partijen onderschrijven de visie en uitgangspunten van verantwoordelijk marktgedrag en de uitwerking daarvan in deze code. Partijen willen gezamenlijk werken aan het verbeteren van duurzame marktcondities in de schoonmaak en glazenwassersbranche en stimuleren om die reden het toepassen van deze code. Partijen nemen daarbij zelf de verantwoordelijkheid voor handhaving en naleving van de code.

Na vaststelling van de Code blijft de Commissie verantwoordelijk voor een effectieve daadwerkelijke implementatie van de Code en is de Commissie in dat verband belast met onder andere voorlichting, benchmarken en het verspreiden van best practices.

Ter bevordering van een juiste toepassing van de Code monitort de Commissie op basis van een zelfverklaring de naleving van de Code. Signalen die de commissie actief en passief bereiken over het niet naleven van de code worden besproken met betreffende partij. Daarnaast staat de Commissie open voor signalen, meldingen en vragen over de werking van de Code in de praktijk (inclusief zaken buiten de kring van ondertekenaars).

Tevens evalueert en rapporteert de Commissie jaarlijks over haar bevindingen en de stand van zaken in de praktijk. Daarbij zal onder meer aandacht worden gegeven aan aanpassing van de code door veranderende marktomstandigheden, de werkzaamheden van de Commissie, uitkomsten van nalevingcontroles, behandeling van ingekomen meldingen, signalen, vragen en best practices.

De commissie bestaat uit vertegenwoordigers van NS, Schiphol Group, OSB, VSM, FMN, vakorganisaties FNV Bondgenoten en CNV Vakmensen, ROC Friese Poort, Erasmus MC en de rijksoverheid.

