

## ALGEMEEN

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

82%

#### 1. Wat is voor uw organisatie de belangrijkste reden om de Code toe te passen?

- Het is een wens of voorwaarde van onze opdrachtgevers
- Het is een manier om invulling te geven aan maatschappelijk verantwoord ondernemerschap
- Het helpt om een gezonde, professionele en respectvolle samenwerking in de keten te bevorderen
- Het draagt bij aan betere arbeidsomstandigheden en het welzijn van medewerkers
- Het sluit aan bij onze organisatievisie en onze waarden

#### 2a. Heeft uw organisatie Code-doelen opgesteld?

We hebben nog geen Code-doelen opgesteld, maar dat willen we komend jaar wel gaan doen

#### 3. In hoeverre betreft u uw schoonmaakmedewerkers bij de toepassing van de Code, bijvoorbeeld tijdens de dagelijkse uitvoering, bij wijzigingen in de werkzaamheden of bij een contractwisseling?

Wij betrekken onze schoonmaakmedewerkers actief bij het toepassen van de Code, bijvoorbeeld tijdens contractwisselingen, evaluatiemomenten of het verbeteren van werkprocessen

#### 4. Welke resultaten heeft uw organisatie al bereikt met het toepassen van de Code? Noem een of meer resultaten

We hanteren marktconforme tarieven, zodat er eerlijke werkomstandigheden zijn voor de medewerkers, oftewel voldoende werktijd voor een marktconform tarief. Dat houdt de werkdruk laag en daardoor kunnen we de kwaliteit beter waarborgen en houden we de medewerkers betrokken.

## AANBESTEDINGEN EN OFFERTETRAJECTEN

### Totaalscore

40%

#### 5. Is bij nieuwe aanbestedingen de Code onderwerp van gesprek met de opdrachtgever?

Soms wel, soms niet

#### 6. Met welke uitgangspunten/voorwaarden (uit de Code) schrijft uw organisatie op opdrachten in? Benoem minimaal drie punten die voor jullie organisatie van belang zijn bij inschrijving op opdrachten.

1. kwaliteit van arbeid prevaleert boven de prijs. 2. langdurige contracten voor een stabiele relatie. 3. afspraken over ruimte voor prijsindexatie zodat je de marge ook kunt vasthouden.

#### 7a. Wordt een van uw lopende opdrachten in de komende twee jaar opnieuw aanbesteed?

Nee

#### 8. In hoeverre past uw organisatie de top 10 speerpunten bij offerte-procedures en aanbestedingstrajecten van de Code toe?

Ons schoonmaakbedrijf past de top 10 nog niet in alle offerte-procedures en aanbestedingstrajecten toe maar dat willen we komend jaar wel gaan doen

#### 9a. Voert u (conform cao) de RAS werkdrukmeter uit bij nieuwe aanbestedingen?

Nee

#### 10. Bent u bereid om zaken die mogelijk op gespannen voet staan met de Code (zowel bij opdrachtgevers, schoonmaakbedrijven en intermediairs) te melden bij de Code?

Ja, als ik iets tegenkom dat op gespannen voet met de Code lijkt te staan, dan meld ik dit bij de Code



## **SAMENWERKING OPDRACHTGEVER**

### **Totaalscore**

89%

**14. Noem een voorbeeld van een succesvolle samenwerking tussen u en een opdrachtgever in relatie tot de schoonmaker. Wat maakte deze samenwerking tot een succes? Noem minimaal drie elementen die volgens u bij hebben gedragen aan het succes van deze samenwerking.**

- Ervoor zorgen dat de opdrachtgever en schoonmaker elkaar (leren)kennen dus introduceren. - Afspreken waar en wanneer de schoonmaker terecht kan met evt. aandachtspunten. - Altijd evalueren of de gemaakte afspraken in de praktijk ook werken, zonodig aanpassen. - Alles valt of staat met goede communicatie, tussen alle partijen.

**15. Hoe vaak en op welk niveau bespreekt u de uitvoering van het contract met uw opdrachtgever?**

We hebben periodiek operationeel overleg waarin we bespreken of de schoonmaak wordt uitgevoerd zoals afgesproken (frequentie en kwaliteit)

**16. Hoe vaak 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 onze medewerkers over de uitvoering van het contract

**17. Welke (contract)onderwerpen komen in het gesprek dat u met uw eigen schoonmaakmedewerkers voert aan de orde?**

plezier in je werk, werkdruk, communicatie. Resultaat is medewerkers er van bewust te maken, dat het een samenhangt met het ander. Dus door goede communicatie de werkdruk onder controle houden en daarmee het plezier in het werk behouden

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

Ja, wij faciliteren minimaal jaarlijks een gesprek tussen opdrachtgever en schoonmaakmedewerkers