

Excellerend MKB deel 6: Rietbroek

“Het mooiste vak ter wereld...”

Als je de straat in de Rijswijkse Plaspoelpolder doorrijdt waar de firma Rietbroek zich bevindt, lijkt je terechtgekomen in een Amerikaanse politierie. Naast mooie panden, zie je ook vervallen en dichtgetimmerde gebouwen. Je verwacht eigenlijk elk moment een politie-achtervolging. Genoeg fantasie: de warme sfeer in het fraaie pand van de firma Rietbroek, allround-dienstverlener voor glas- en gevelonderhoud, maakt alles goed. In onze serie over excellerende MKB bedrijven spreken, met mede-eigenaar Peter Rietbroek. TEKST & FOTO'S LEON VAN DEN BERG



Directeur Peter Rietbroek: “De zakelijke markt is in de afgelopen tien jaar ingrijpend veranderd. De eisen zijn steeds hoger geworden.”

“Ik ben in 1991 met vijfduizend gulden geleend geld begonnen”, begint Rietbroek. “Gewoon een ladder gekocht en samen met mijn broer Rob gestart met glazenwassen. Ik werkte in loondienst en dacht dat ik het zelf wel beter zou kunnen. Een gouden greep, want we zijn alleen maar gegroeid. We hebben nu 55 glazenwassers in acht teams. Daarnaast zijn er nog acht mensen op kantoor, inclusief de directie. In een groeimodel kun je twee richtingen kiezen. Een snelle groei omdat je de goedkoopste bent. Dat heeft negatieve gevolgen voor de geleverde kwaliteit en pakt ook niet goed uit voor medewerkers. De andere richting is een langzamere groei waarbij kwaliteit voorop staat. Je bent dan niet de goedkoopste, maar klanten en medewerkers zijn wél tevreden. Wij hebben voor de tweede richting gekozen. Nadeel is dat we de naam hebben dat we duur zijn, maar dat is niet zo. We werken

alleen niet meer op het prijsniveau van 1995 zoals je nog vaak ziet.”

VERANDERENDE ZAKELIJKE MARKT

De goede prijs-kwaliteitsverhouding legt Rietbroek geen windeieren. “We hebben een zakelijk klantenpakket bestaande uit ministeries en andere overheidsgebouwen zoals het Binnenhof, kantoren, hotels en VVE's van wooncomplexen. Bij veel opdrachtgevers doen we niet alleen de buitenzijde, maar wassen we ook binnen. Het gaat dan niet alleen om glazenwassen. Je ziet meestal dat schoonmaakbedrijven glasbewassing uitbesteden, bij ons is het soms andersom. Alleen besteden we dat niet uit, maar hebben we zelf enkele schoonmakers in dienst. Onze kernregio is het gebied tussen Den Haag, Rotterdam, Utrecht en Amsterdam, maar we werken ook daarbuiten.”

De zakelijke markt is volgens Rietbroek in de afgelopen tien jaar ingrijpend veranderd. “De eisen zijn steeds hoger geworden door de professionalisering van het facilitair management. Vroeger werkte je voor de conciërge, nu voor een professionele hoog opgeleide facilitair manager. Die stelt bijvoorbeeld eisen op het gebied van toegangscontrole. We moeten ons vaak lang tevoren aanmelden om in of om het gebouw te mogen werken en daarbij speelt een goede legitimatie ook een rol. Daarnaast moet je een goede risico-inventarisatie kunnen uitvoeren en moeten medewerkers de juiste papieren hebben, bijvoorbeeld een VOG of VCA-certificaat. Je moet de regels kennen, maar ook de procedures bij klanten. Vooral snel op hun wensen inspelen is belangrijk, bijvoorbeeld leveren van managementinformatie. Dat vergt veel van onze backoffice en automatisering. Dat is soms lastig. Er is bijvoorbeeld geen branche-

pakket dat aan onze wensen voldoet, maar hebben wij ervoor gekozen om de software zelf te ontwikkelen.”

STERK FAMILIEBEDRIJF

Peter Rietbroek is destijds begonnen met zijn broer Rob als medewerker in loondienst. Later is Rob mede-eigenaar geworden. Hoe gaat dat met twee kapiteins op een schip? “Heel goed, omdat we totaal verschillend zijn en ook een ander werkpakket hebben dat bij ons past. Ik ben meer impulsief en extravert, terwijl Rob bedachtzamer en rationeler is. Hij is daarom een betere onderhandelaar, bijvoorbeeld bij de inkoop van groot materieel, maar ook bij het afsluiten van contracten met klanten. Mijn kracht ligt meer op het gebied van persoonlijke relaties met klanten en medewerkers. Door onze onderlinge verschillen hebben we soms wel pittige discussies, maar dat leidt altijd tot een voor het bedrijf positief resultaat. Ik geloof ook dat we als familiebedrijf daarom beter scoren. Zo'n samenwerking is lastiger met iemand van buiten. Omdat we elkaar door en door kennen, hoeven we ook niet op eieren te lopen bij onderlinge kritiek en kunnen we heel direct problemen of onderlinge verschillen inzicht benoemen.”

ZELFSTURENDE TEAMS

Rietbroek vervolgt: “We gaan ook op een dergelijke open manier om met onze medewerkers. Mensen worden glazenwasser, omdat ze genieten van de vrijheid. Er staat niet de hele dag een afdelingschef in je nek te hijgen en je kunt je werkzaamheden binnen een bepaald kader zelf indelen. Wij werken in teams met meewerkende voorlieden, die de werkzaamheden plannen. Natuurlijk volgen we dat wel, want elke vrijheid is relatief. Gaat iets niet goed, dan spreken we het team daarop aan. Dat komt overigens zelden voor. Zit het werk een keer mee en is men eerder klaar dan gepland, dan gaat een team niet op zijn handen zitten, maar probeert nog een volgend project op te pakken. Bij problemen ondersteunen wij ze optimaal. We hebben een laag personeelsverloop, ook omdat we zeer zorgvuldig werven en selecteren. Pas na een proeftijd van anderhalf jaar komt iemand in vaste dienst. Pas na langere tijd weet je wat je aan elkaar

hebt en of je bij elkaar past. We moeten ook zo zeker mogelijk zijn over iemands moraal, want we werken immers vaak in gebouwen met een hoog veiligheidsrisico. We kunnen ons geen uitglijders permitteren.”

COWBOYS

Ondanks het feit dat Rietbroek alleen in de zakelijke markt werkt, heeft het bedrijf wel last van de zogenaamde vrije jongens in de particuliere sector. Klanten scheren immers alle glazenwassers over één kam. Rietbroek: “Laat ik voorop stellen dat er in de particuliere sector heel veel bonafide bedrijven zijn. De relatief kleine groep rotte appels verpest het voor ons allemaal. Particulieren balen daar van. Ze zitten soms met een glazenwasser die het werk niet goed doet en waarvan ze met geen mogelijkheid afkomen, omdat er geen vrije keuze is. Daar willen we iets aan doen. Via de AWOOG neem ik deel aan de commissie glazenwassen van het Hoofdbedrijfschap Ambachten. We willen naar een register waarmee bonafide bedrijven zich onderscheiden door een professionele bedrijfsvoering. Als bedrijf verklaar je bijvoorbeeld dat je concurrentie in je wijk accepteert en dat je bedrijf minimaal WA-verzekerd is.”

Rietbroek vervolgt: “Ook moeten de medewerkers zich kunnen legitimeren bij klanten. Daarom kun je dus ook alleen maar werken met legale medewerkers. Ook moet je de mogelijkheid bieden om giraal te betalen. Daardoor wordt zwart werk vrijwel onmogelijk. We zijn

hier nog niet helemaal rond, maar als we zover zijn, komt er een grote publiekscampagne. Daarmee willen we bereiken dat particuliere klanten naar de registerglazenwasser vragen en bedrijven die daaraan niet voldoen de deur wijzen. We hebben ook gedacht aan mogelijke repercussies van deze bedrijven. Justitie zal daar extra aandacht aan besteden. Overigens staat het HBA ter discussie, omdat de overheid af wil van zogenaamde publiekrechtelijke bedrijfsorganisaties. Mocht het HBA worden opgeheven, dan zal ons werk wel doorgaan. Er wordt gewerkt aan drie jaar financiële back-up om de professionalisering van de particuliere glazenwassersbranche door te voeren.”

UITDAGINGEN

Tenslotte geeft Rietbroek nog wat uitdagingen voor de branche. “Door Het Nieuwe Werken zijn er minder mensen op kantoor en is er dus minder kantoorruimte nodig. Dat betekent ook minder vierkante meters glasbewassing. Dat is nu al merkbaar. Aan de andere kant biedt de vraag om andere competenties door hoog opgeleide facilitair managers ook kansen. Je kunt jezelf onderscheiden door een professionele dienstverlening, die op hun wensen en verwachtingen aansluit. Bijvoorbeeld door mee te denken hoe je door een hogere efficiëntie de steeds stijgende beheerkosten binnen de perken kunt houden zonder in te leveren op de kwaliteit.” ■

www.rietbroek.nl



Mensen worden glazenwasser, omdat ze genieten van de relatieve vrijheid.