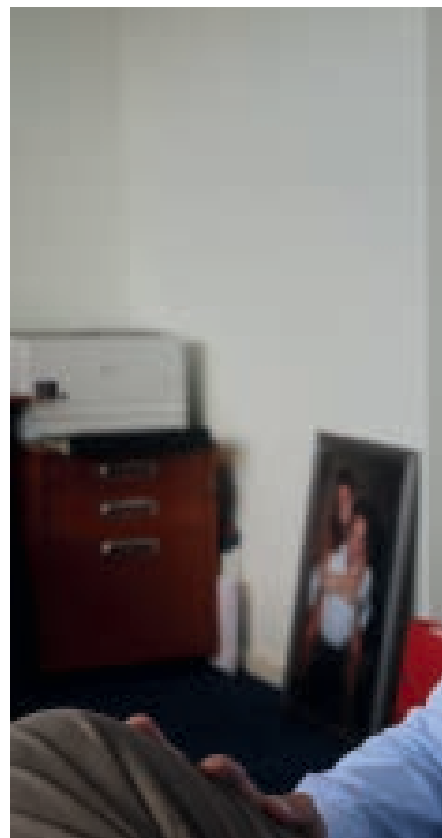


Nieuwe AWOG-voorzitter hamert op dynamiek in vak

“Het is niet ‘even’ de ramen wassen”

De enthousiaste glazenwasondernemer Peter Rietbroek werd onlangs voorzitter van het glazenwassegment AWOG van OSB. Hij is een man met een missie. “We zijn als glazenwassersbranche nog te bescheiden.”

tekst: Ronald Bruins



Rietbroek waarschuwt. Als eerste is hij ondernemer, dan vervolgens voorzitter van AWOG. “Want het voorzitterschap moet niet in de weg gaan zitten van mijn bedrijf. Als dat zou versloffen, dan zijn we verder van huis.” De nieuwbakken voorzitter met hart voor het glazenwasvak moest dan ook

even nadenken voordat hij ja zei tegen algemeen OSB-voorzitter Piet Adema. “Ik deed al veel binnen het AWOG-bestuur, maar dat was achter de schermen. Het lag dus voor de hand om voorzitter te worden. Ik zag op een gegeven moment dan ook geen reden meer om nee te zeggen. Ik dien graag het algemeen belang van glazenwas-

sers, omdat ik denk dat dat de manier is om onze marktomstandigheden te verbeteren. Als het maar niet mijn ondernemerschap tegenwerkt.” Rietbroek was in het verleden bij veel initiatieven namens de AWOG betrokken. Om enkele wapenfeiten te noemen: hij kreeg een oorkonde van de Code Verantwoordelijk Marktgedrag in 2016 voor het ambassadeurschap voor het uitdragen van de code. En hij wist samen met anderen binnen OSB uiteindelijk minister Asscher te bewegen een nieuwe vorstverletregeling in te trekken. De nieuwe maatwerk calamiteitenregeling is nog steeds onderwerp van gesprek in de politiek.

TE WEINIG BEWUST

“Ik deed al veel”, vertelt Rietbroek. Vervolgens lachend. “Ik had eigenlijk wel de lusten maar niet de lasten.” Hij ziet kansen middels het voorzitterschap van AWOG in het algemeen bestuur van OSB de glazenwassersbranche onder de

Opheffen glazenwassersregister doodzonde

Rietbroek noemt het buitengewoon jammer dat het glazenwassersregister (GWR) voor de particuliere glazenwassersmarkt per 1 januari 2017 is opgeheven. Het initiatief werd in 2013 opgestart door het voormalige Hoofdbedrijfschap Ambachten (HBA) in samenwerking met diverse partijen waaronder glazenwassersbedrijven, OSB en gemeenten. Met het GWR probeerden zij om regulering aan te brengen in de particuliere markt en een bijdrage te leveren aan een gezonde marktwerking. Rietbroek: “We zijn daar een paar jaar intensief mee bezig geweest, maar met het opheffen van de HBA kwam de financiering van het register onder druk te staan. Doodzonde dat dit geen doorgang en geen vervolg meer kon krijgen.” De particuliere glazenwassersmarkt kampt nog steeds met een slecht imago. “Dat terwijl er prachtige bonafide partijen zijn die ook in die markt eerlijk hun boterham verdienen. De kwaden hebben te lijden onder de goeden.”



Peter Rietbroek: 'Ik dien graag het algemeen belang.'

aandacht te brengen. “Onder andere de toptien van schoonmaakbedrijven heeft een grote invloed op ons, want zij schakelen ons vaak in als onderaannemer namens de opdrachtgever. Zij zijn zich niet altijd bewust van de invloed van hun handelen op ons als onderaannemer. Ik wil daarom onze positie verduidelijken. Hoe kunnen we gezamenlijk vorming van glazenwasaanbestedingen op alleen prijs voorkomen? Naar welke kwaliteitseisen zouden zij en opdrachtgevers moeten kijken? En waar staan we met ons keurmerk voor?” Waar in de algemene kantoor schoonmaak de Code Verantwoordelijk Marktgedrag gemeengoed is, vindt Rietbroek dat de glazenwasbranche achterblijft. “Daar is het kijken naar de kwaliteitseisen duidelijk achtergebleven. Dat geldt niet alleen voor schoonmaakbedrijven, maar ook voor facilitair managers en inkopers. Vandaar dat we onlangs een *white paper* hebben ontwikkeld met de verantwoordelijkheden die opdrachtgevers



'Aan veiligheid moet je geen concessies doen.'

en inkopers hebben bij het inkopen van glasbewassing. Die kan ik niet genoeg onder de aandacht brengen.” Een ongezonde markt voor glazenwas-

bedrijven leidt ertoe dat zij niet kunnen investeren. Rietbroek: “Soms is het veiligheidsdenken bij opdrachtgevers al zo ver dat medewerkers alleen de trap op --●

Onderzoek naar belasting van glazenwassers

OSB heeft van het Centrum voor Ambachtseconomie subsidie toegekend gekregen om een haalbaarheidsonderzoek uit te voeren. Dat onderzoek moet leiden tot het invoeren van een beoordelingsmodel voor werkmethoden bij glasbewassing.



Adviesbureau Spiladvies begon in maart met het onderzoek. De grote vraag? Kunnen we de belastingwaarden van glazenwassers in één systeem onderbrengen? En: kunnen we de verschillende arbeidsrisico's, bijvoorbeeld gevaar voor vallen en fysieke belasting, objectief met elkaar vergelijken? Het is de bedoeling om het onderzoek voor de zomer af te ronden. Glazenwassers hebben volgens OSB behoefte aan een beoordelingsmodel waarmee ze de inzet van de verschillende werkmethoden op een bepaald object – rekening houdend met gevaar voor vallen, fysieke belasting en bereikbaarheid – op een objectieve wijze tegen elkaar kunnen afwegen.

White paper over inkopen glasbewassing

Welke verantwoordelijkheden hebben opdrachtgevers en inkopers bij het inkopen van glasbewassing? Om daar meer inzicht in te geven heeft OSB een white paper uitgegeven. De VESA, Vereniging van Erkende Schoonmaak Adviesbureaus, ontving een tijdje geleden het eerste exemplaar. De white paper geeft informatie over hoe de Code Verantwoordelijk Marktgedrag voor de glazenwassersbranche concreet kan worden ingevuld. De white paper is te downloaden via www.osb.nl: <http://www.osb.nl/wp-content/uploads/2016/11/Whitepaper-GLAS-DEF-22-7.pdf>.

en trap af mogen lopen als ze de leuning vasthouden. Maar het is de vraag of diezelfde opdrachtgever duidelijk voor ogen heeft of zijn glazenwasbedrijf wel de juiste en dus veilige methode toepast voor het wassen van de ramen. Dat terwijl daar wel ongelukken bij kunnen gebeuren waarvoor de opdrachtgever in de keten verantwoordelijk is. Dat veiligheidsdenken is een kwestie van bewustzijn, van fatsoen, maar uiteindelijk ook van geld. Daar moet je dus geen concessies aan doen. Het is dan ook zaak langzaam maar zeker het vak naar de veiligheidsmaatstaven van 2017 te trekken.”

RANDVOORWAARDELIJK

Rietbroek onderscheidt drie fasen in het dienstverleningsproces van ramen wassen. “Dat je ramen kunt wassen, is bijna randvoorwaardelijk geworden. Dat moet je gewoonweg kunnen. De drie fasen zijn voorbereiding, de daadwerkelijke uitvoering en dat wat we after sales kunnen noemen. Voorbereiding is het allerbelangrijkste. Zorg dat je met de juiste

spullen op pad gaat, dat de medewerkers tijdig aangemeld zijn, dat zij weten wat ze moeten doen en op de hoogte zijn van klantspecifieke wensen, dat je het gebouw kent, de risico-inventarisatie, de uitstraling, maar ook instructie en opleiding. Daar moet je heel veel voor organiseren. Dan komt vervolgens dat hele korte moment waarin de ramen gewassen worden. Daarvoor is communiceren en de presentatie van je veelal praktisch ingestelde medewerkers belangrijk. Daar moet je heel veel in investeren. Maar ook niet onbelangrijk: het natra-

ject. Hoe snel wordt er gereageerd op eventuele vragen of klachten van de klant. De factuur met het juiste nummer en de juiste inkoopformulieren erbij. Dat loopt in de papieren als je heel veel ramen wast. Al met al wordt het proces van ramen wassen schromelijk onderschat. Want al die stappen vragen heel veel organisatietalent. Je bent in feite een dienst aan het managen die waarde toevoegt. Waarbij je als onderaannemer te maken hebt met twee klanten: de eindklant en het schoonmaakbedrijf. De dynamiek daarin is groot. Ik wil dat voor het voetlicht krijgen. Het is niet alleen maar even dat raam wassen.”

Rietbroek geeft een voorbeeld van een relatief klein gebouw. “Waar je dan de namen en kentekens van de auto’s een week van tevoren moet doorgeven. Wie gaat er over een week heen, rekening houdend met de rest van je werkpakket, de weersomstandigheden, beschikbare materialen en de juiste diploma’s? Er

Advertentie



Rietbroek: ‘De voorbereiding is het allerbelangrijkste.’

hangt een hele organisatie rondom het ramen wassen. Sommige opdrachtgevers hebben daar geen oog voor en gaan shoppen met dat werk. Waardoor ze ook bij malafide partijen terechtkomen.” De kering die de code in de algemene schoonmaak heeft bewerkstelligd, zou Rietbroek ook terug willen zien in glasbewassing. “Wij hebben daar onmiskenbaar een inhaalslag te maken. We willen daar bij aanhaken. Ik realiseer me dat dit een lang en doorlopend traject is. Ook een traject waarin je nooit het optimale zult bereiken.” Daarin hebben glazenwasbedrijven zelf ook een verantwoordelijkheid, vindt de AWOG-voorzitter. “Wat is mijn kostprijs als ik mijn werkpakket op een fatsoenlijke manier, veilig en met alle voorbereiding ingecalcu-leerd, kan doen? Maar wees je ook bewust van je rol in de keten. Hoe lager je positie in de keten, hoe minder comfortabel deze is. Ik vind dan ook dat je als glazenwassersbedrijf niet alleen als onderaannemer werkzaam moet zijn, maar ook moet bouwen aan een eigen klantenbestand. Dat maakt je weerbaarder. Ik vind dat we op dat vlak als glazenwasbedrijven ook van elkaar kunnen leren. Kijk in elkaars keuken. Duik nacalculaties in. Gezamenlijk maken we elkaar betere ondernemers. Ook in de dialoog over waar je tegenaan loopt in het vak.”

ACTIEWEEK

Volgens Rietbroek mogen glazenwasbedrijven wel iets van de bescheidenheid van zichzelf afgooien. “Want als we niet zichtbaar zijn, blijven we behandeld worden als een *commodity*. Laten we daarom de momenten waarop we kunnen de glazenwasbranche op een positieve manier onder de aandacht brengen.” Precies dat was dan ook de gedachte achter de actieweek waarin glazenwassers samen met ouderen sociale, laagdrempelige activiteiten ondernamen. “Het is prachtig om te doen en we staan hierdoor ook eens maatschappelijk anders op het netvlies. We krijgen als het ware een andere positie in het brein van dege-



‘Het vak is meer dan alleen ramen wassen.’

nen die dat zien. Minder bescheiden. Minder rauwdouwers.” Naast verbeteren van het imago, is AWOG ook bezig haar ledenbestand aan te vullen. “We zagen dat we vaak schoonmaakbedrijven wel als lid hadden, maar nog niet altijd de juiste contactpersoon erbij hadden die dan ook daadwerkelijk bij onze bijeenkomsten kwam. Ook daar zijn we mee aan de slag. Hoe meer we de juiste men-

sen aan tafel hebben, hoe beter we kunnen werken aan verdere professionalisering.” Want het glazenwassersvak moet serieus worden genomen. Het is niet even de ramen wassen, zoals Rietbroek het zegt. “De dynamiek van het vak blijft ik als voorzitter onder de aandacht brengen. We verdienen een andere behandeling, maar dan moeten we ons zelf ook durven profileren.” ●●●



PETER RIETBROEK in het kort

- Nieuwe voorzitter glazenwassegment
- Glazenwassers nog te bescheiden
- AWOG in algemeen bestuur onder de aandacht
- Inhaalslag met de code te maken
- Ook bouwen aan eigen klantenbestand

Digitaal:

- www.osb.nl/platforms/osb-segmen-awog
- www.rietbroek.nl