code verantwoordelijk marktgedrag schoonmaak- en glazenwassersbranche

Zelfverklaring
2025

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

75%

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

- 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?

Ja, we hebben Code-doelen opgesteld en deze gedeeld en besproken met alle medewerkers

2b. Welke Code-doelen heeft uw organisatie opgesteld en waarom heeft u juist voor deze doelen gekozen?

Ja, we hebben Code-doelen opgesteld. Deze zijn bekend bij en worden besproken met alle medewerkers. Daarbij vertalen wij de Code zoveel mogelijk naar de praktijk: goed werkgeverschap, reële contractafspraken, gezonde werkdruk, veiligheid, kwaliteit en samenwerking met opdrachtgevers. Ja. Niet iedere medewerker zal de Code als document kennen, maar de onderwerpen uit de Code komen wel terug in de praktijk. Denk aan werkdruk, veiligheid, respectvolle samenwerking, waardering voor het vak, duurzame inzetbaarheid, goed werkgeverschap en een eerlijke prijs voor goed werk. Wij informeren medewerkers hierover via interne communicatie, leidinggevenden, werkoverleggen en gesprekken op locatie.

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

Wij informeren onze schoonmaakmedewerkers over de Code en gaan met hen in gesprek over wat dit betekent voor hun werk, bijvoorbeeld bij wijzigingen of knelpunten

CSU

CSU Groep B.V.
Postbus 417
5400AK UDEN
ingevuld op: 02-06-2026

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

Ja, we voelen ons als ambassadeur van de Code. Dat betekent voor ons dat wij de Code niet alleen onderschrijven, maar ook actief meenemen in gesprekken met opdrachtgevers en ketenpartners. We gebruiken de Code om aandacht te vragen voor verantwoorde inkoop, reële marktcondities en goede omstandigheden voor schoonmaakmedewerkers.

Opmerking:

AANBESTEDINGEN EN OFFERTETRAJECTEN

Totaalscore

94%

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

Ja

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.

• Wij vermelden in de offerte de visie van ons schoonmaakbedrijf op verbetering van de dienstverlening • Samen staan we sterker: de visie van alle ketenpartners over verbetering van de dienstverlening is van belang. Dus ook die van ons schoonmaakbedrijf • Wij bieden de beste prijs-kwaliteitverhouding voor de schoonmaakdienstverlening • Wij zijn van mening dat de tarieven zodanig moeten zijn dat wij als schoonmaakbedrijf ook een goede boterham kunnen verdienen • Soms wil de opdrachtgever dat de schoonmaakdienstverlening in frequentie en kwaliteit op hetzelfde peil blijft of verbetert, ondanks bezuinigingen waarbij de totale prijs voor schoonmaak minder wordt. Wij doen daar niet aan mee • Wij gaan in gesprek met de opdrachtgever over hoe de schoonmaakdienstverlening kan verbeteren. Wij bespreken met de opdrachtgever wat hij wil • Wij willen een langdurige relatie aangaan met de opdrachtgever. Wij sluiten dus bij voorkeur een contract met een reële looptijd • Wij willen een relatie van partnership aangaan met de opdrachtgever. Wij moeten, met oog voor de belangen van beide partijen, samenwerken voor het beste resultaat • Wij schrijven alleen in als wij vinden dat de opdracht op een verantwoorde manier uitvoerbaar is. Dat betekent: realistische uitgangspunten, een reële prijs, ruimte voor kwaliteit en goede omstandigheden voor onze medewerkers.

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

Ja

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 toe

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

Ja

9b. Deelt u de resultaten van de werkdrukmeter met de opdrachtgever zodat dit kan worden meegenomen in de aanbestedingsstukken?

Ja, wij delen de resultaten met de opdrachtgever

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

Opmerking:

CSU Groep B.V.
Postbus 417
5400AK UDEN
ingevuld op: 02-06-2026

WELZIJN EN WERKDRUK

Totaalscore

100%

11. Noem een onderscheidend voorbeeld van de manier waarop u (naast arbo/cao) in het welzijn van uw schoonmaakmedewerkers investeert.

CSU investeert al jaren in goed werkgeverschap en is in 2026 voor de dertiende keer op rij uitgeroepen tot Top Employer Nederland. Met Fris in je werk bieden wij een pakket aan initiatieven om medewerkers duurzaam inzetbaar te houden. Dat loopt van opleidingen tot budgetcoaching, hulp bij psychische klachten en ondersteuning bij fysieke klachten. CSU is al vele jaren op rij de grootste opleider in de branche. Onze focus ligt op zorg en aandacht voor ons personeel, met initiatieven zoals de CSU Meewerkweek, de Nationale Meewerkweek, CSU Uitblinker van het Jaar Award, unieke winstdeling, bestrijding van laaggeletterdheid en het stimuleren van complimenten. Als eerste schoonmaakbedrijf in Nederland lanceerden we begin 2022 visuele arbeidsovereenkomsten. Veel visuals, weinig woorden, honderd procent duidelijk. Het doel is eenvoudig: collega's helpen beter te begrijpen wat zij tekenen en daarmee hun zelfredzaamheid vergroten. Als sociaal mensenbedrijf is CSU ook actief betrokken bij social return en landelijk PSO-gecertificeerd. Via landelijke en regionale projecten bieden wij groepen die moeilijker aan werk komen perspectief op een baan, bijvoorbeeld statushouders. We hebben in elke businessunit pandadviseurs in dienst die werklocaties bezoeken. Zij kijken naar de werkomstandigheden van onze medewerkers bij de opdrachtgever en toetsen of deze voldoen aan richtlijnen, cao, Arbo en wettelijke veiligheids- en gezondheidseisen. Ook kijken zij of de werklocatie een fijne werkplek is voor onze medewerkers. Bevindingen en onregelmatigheden worden gerapporteerd en waar nodig besproken met de opdrachtgever.

12a. Bespreekt u ook met de opdrachtgever hoe hij kan bijdragen aan het welzijn van de schoonmaakmedewerkers?

Wij bespreken regelmatig met de opdrachtgever hoe hij kan bijdragen aan het welzijn van de schoonmaakmedewerkers

12b. Kunt u een voorbeeld delen van de uitkomsten van het gesprek met de opdrachtgever over het welzijn van de schoonmaakmedewerkers? Heeft u voorbeelden van initiatieven die zijn ontplooid naar aanleiding hiervan?

Een voorbeeld is dat wij de belangrijkste uitkomsten uit ons medewerkerstevredenheidsonderzoek bespreken met opdrachtgevers, voor zover deze relevant zijn voor de samenwerking op locatie. Daarbij gaat het bijvoorbeeld over werkdruk, beschikbare tijd, materialen en middelen, veiligheid, communicatie op locatie, waardering, de samenwerking met gebruikers of contactpersonen van de opdrachtgever en hoe medewerkers de ondersteuning en aansturing door hun direct leidinggevende ervaren. Op basis van deze gesprekken maken wij waar nodig afspraken over verbeteringen. Bij een opdrachtgever in een groot kantoorpand hebben wij bijvoorbeeld traditionele stofzuigers vervangen door stofzuigers op accu. Daardoor kunnen medewerkers zich vrijer door het pand bewegen en prettiger werken. Ook zetten wij steeds meer in op het gebruik van machines, omdat dit het werk minder belastend maakt voor onze medewerkers. Onze machines zijn inmiddels zo uitgerust dat wij kunnen zien of ze daadwerkelijk worden gebruikt. Dat helpt om samen met de opdrachtgever en onze leidinggevenden te

sturen op slimmer en minder fysiek belastend werken. Ook zijn er opdrachtgevers waar wij samen afspraken hebben gemaakt over dagschoonmaak, waardoor schoonmaakmedewerkers zichtbaarder zijn en meer onderdeel worden van de dagelijkse werkomgeving. Daarnaast zien wij mooie voorbeelden waarbij opdrachtgevers schoonmaakmedewerkers nadrukkelijk betrekken bij de organisatie. Bijvoorbeeld door hen mee te laten ontbijten of lunchen met de eigen medewerkers, of door extra waardering uit te spreken in de vorm van een attentie of bonus. Dat soort initiatieven lijkt misschien klein, maar draagt bij aan waardering, betrokkenheid en het gevoel dat onze mensen er echt bij horen. Voor ons is belangrijk dat het gesprek met de opdrachtgever niet alleen over schoonmaakkwaliteit gaat, maar ook over de omstandigheden waaronder onze mensen hun werk doen. De uitkomsten uit het medewerkerstevredenheidsonderzoek en signalen uit de praktijk helpen om dat gesprek concreet te maken.

13. Maakt u – los van aanbestedingen – gebruik van de RAS Werkdrukmeter om de werkdruk van uw schoonmaakmedewerkers in kaart te brengen en te zoeken naar oplossingen?

Ja, dit doen wij regelmatig, ook als er geen aanbesteding speelt

Opmerking:

SAMENWERKING OPDRACHTGEVER

Totaalscore

100%

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.

Een mooi voorbeeld komt uit de zorg, bij een locatie waar cliënten met psychische klachten verblijven. Op deze locatie is veiligheid een belangrijk onderwerp. Het gedrag van cliënten kan wisselen. Dat vraagt iets van onze schoonmaakmedewerkers, maar ook van de samenwerking met de opdrachtgever en de zorgmedewerkers op locatie. Onze medewerkers hebben samen met de opdrachtgever en de zorgmedewerkers gekeken hoe het schoonmaakwerk zo goed en veilig mogelijk kon worden georganiseerd. Daarbij is heel praktisch gekeken naar vragen als: wanneer kan er wel of niet worden schoongemaakt, welke ruimtes zijn op welk moment geschikt en wie doet wat op welk moment? Samen is een planning gemaakt waarin schoonmaak en zorg goed op elkaar zijn afgestemd. Op sommige momenten betekent dit dat onze medewerkers juist schoonmaken op een moment dat een cliënt niet aanwezig is of dat een ruimte op een ander moment wordt meegenomen. Dat is zo ingericht dat cliënten hier zo min mogelijk van merken en onze medewerkers veilig hun werk kunnen doen. Deze samenwerking was succesvol door drie dingen: 1. De opdrachtgever stond open om mee te denken Veiligheid en welzijn van onze medewerkers werden gezien als een gezamenlijk belang. Daardoor konden we samen zoeken naar een oplossing die in de praktijk werkt. 2. Er is samen een goede planning gemaakt Niet alleen vanuit schoonmaak, maar ook vanuit de zorg is gekeken naar het juiste moment, de juiste volgorde en duidelijke afspraken over wie wat doet. 3. Signalen van onze schoonmaakmedewerkers zijn serieus opgepakt Onze medewerkers gaven aan waar zij in de praktijk tegenaan liepen. Die signalen zijn gedeeld met de opdrachtgever en vertaald naar concrete afspraken. Voor ons is dit een goed voorbeeld van samenwerking zoals de Code bedoeld is. De opdrachtgever, zorgmedewerkers en schoonmaakmedewerkers hebben samen gekeken wat nodig is om het werk goed, veilig en met aandacht voor onze mensen te organiseren.

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

We hebben structureel operationeel, tactisch en/of strategisch overleg waarin we de volledige uitvoering van alle afspraken in het contract monitoren en bespreken

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?

Sociaal beleid • Werkdruk • Beschikbare materialen en middelen • Verbetering van de samenwerking • Verbetering van de schoonmaakdienstverlening • Duurzame inzetbaarheid en eigen regie daarop • Veiligheid en arbeidsomstandigheden • Waardering voor het vak • Signalen vanuit de werkvloer die kunnen helpen om de

dienstverlening, samenwerking of werkdruk te verbeteren

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

Opmerking:
We streven naar één keer per jaar. Daarnaast stimuleren wij dat er gedurende het jaar laagdrempelig contact is tussen opdrachtgever, leidinggevenden en schoonmaakmedewerkers. Dat kan via werkoverleggen, locatiebezoeken, evaluaties of gewone contactmomenten op de werkvloer.

code verantwoordelijk marktgedrag schoonmaak- en glazenwassersbranche

Zelfverklaring
2025

OPMERKING

CSU Groep B.V.
Postbus 417
5400AK UDEN
ingevuld op: 02-06-2026