

# Thuiswerken en flexplek bedreigen schoonmakers

Geschreven door: Jan Verbeek

## Sectorbreed Schoonmaakbranche

### Nederlandse facilitaire dienstverleners bereiden zich voor op magere jaren met krappe marges

Amsterdam

De schoonmaaksector houdt rekening met een verder krimpende markt. De tarieven die de bedrijven in rekening kunnen brengen, staan onder druk. En de manier van aanbestedingen is duidelijk verhard, zo blijkt uit gesprekken met een handvol marktpartijen in Nederland.

‘Het nieuwe werken vormt de grootste bedreiging voor de hele sector’, zegt directievoorzitter Hans Kroeze van Asito. Het Almelose bedrijf (‘Alle Stof In Tempo Opruimen’) is met een groepsomzet van € 900 mln een grote speler in facilitaire diensten. Thuiswerken en het inrichten van flexplekken betekent minder werk voor schoonmakers. ‘De taart wordt steeds kleiner.’

Om zijn betoog kracht bij te zetten, wijst de topman op de meer dan 1 miljoen m<sup>2</sup> leegstaande kantoorruimte in Nederland en het groeiend aantal flexwerkers.

‘Ook wij kunnen goed merken dat de tijden veranderen. Een klant van ons, een verzekeringsconcern, had eerst 50.000 m<sup>2</sup>. Nu beschikken ze nog maar over 22.000 m<sup>2</sup>.

Dat kost ons natuurlijk geld.’

Opdrachtgevers denken fors te kunnen bezuinigen op de inkoop van schoonmakers. De frequentie van de reiniging gaat omlaag, van vijf keer per week naar drie keer.

De schoonmaker moet in dezelfde uren meer ruimtes schoonmaken.

Gevolg: stress. vorige week luidde de brancheorganisatie OSB de noodklok over de ‘aanhoudend neerwaartse prijsspiraal’ bij overheidsaanbestedingen.

En in een recente studie van ING Economisch Bureau wordt de sector gewaarschuwd.

In een van de toekomstscenario's wordt voor 2015 een reductie van de beschikbare kantoorruimte met bijna 50% voorspeld.

Zo'n vaart loopt het nog niet. De schoonmaakbedrijven verwachten dat het volume dit jaar vooralsnog met 2 tot 3% zal dalen. Ook door reorganisaties zal het aantal werkplekken afnemen. Die krimp zal wel enkele jaren doorgaan, denkt men bij CSU, net als concurrent Asito groot in het reinigen van kantoren en verpleeghuizen. Het Brabantse familiebedrijf zet jaarlijks bijna € 300 mln om.

---

Als er dan toch een keer een mega- order te vergeven is, zoals nu bij NedTrain dat € 30 mln per jaar wil betalen voor het reinigen van de treinen, dan is die aanbesteding natuurlijk het gesprek van de dag.

Coalities worden gesmeed om die gewilde opdracht in de wacht gesleept.

Als de tarieven structureel onder druk staan, wordt schaalgrootte steeds belangrijker, stelt Kroeze.

Alleen dan kun je nog redelijke marges halen, want de marktprijs is 'kapotgemaakt'. Het traditionele relatiebeheer werkt niet meer bij Europese aanbestedingen, constateert hij. Vebego-bestuurder Steph Feijen plaatst wel een kanttekening bij de neiging tot schaalvergroting.

'Ook de efficiencyvoordelen die een groot bedrijf kan realiseren, zijn eindig', zegt de bestuurder van het Limburgse familiebedrijf.

De aanbestedingspraktijk is velen een doorn in het oog. Aanbieders worden beoordeeld op tientallen factoren en tegen elkaar uitgespeeld. Tot frustratie van de facilitaire dienstverleners, die veel tijd en energie steken in de aanbesteding.

'Ik moet iemand twee weken vrijmaken om alle formulieren bij een aanbesteding in te vullen', zegt Willem Jansen verplanke van Lucas Berger, een schoonmaakbedrijf uit Arnhem.

'De zin om mee te doen, vergaat me. Het is een rad van fortuin geworden.'

Topman Hans Gennissen van Facilicom, eigenaar van schoonmaker GOM, zei eerder in deze krant dat schoonmaakwerk een commodity is geworden. 'Men beoordeelt bij een aanbesteding meer op hoe de formulieren zijn ingevuld dan op de geschiktheid als leverancier.' Bij veel aanbestedingen gaan de verliezers in beroep. Dat vertraagt het aanbestedingsproces ook nog eens aanzienlijk.

Hoe gaan de schoonmaakbedrijven om met deze veranderde marktomstandigheden?

Bedrijven gaan op zoek naar een partner. Het aantal fusies en overnames zal beslist toenemen, klinkt het in de sector. Vooral bedrijven met een omzet van € 10 mln tot € 30 mln zullen het lastig krijgen om hun zelfstandigheid te bewaren, zegt directeur Frie van Hulst van CSU. Deze veelal regionale aanbieders hebben geen netwerk van vestigingen.

Lucas Berger is zo'n regionale marktpartij met een omzet van € 6 mln. De 400 werknemers zijn vrijwel uitsluitend actief in Gelderland.

Dat is soms een beperking.

'Vorige week nog zegde een vaste klant van ons op, omdat deze voortaan alle vestigingen door een landelijke partij laat schoonmaken', zegt Jansen verplanke van Lucas Berger. 'Dan ben je als regionaal bedrijf automatisch uitgeschakeld.'

Basisverbreding is een antwoord op de huidige malaise. Traditionele schoonmaakbedrijven stappen in de thuiszorg of in technisch onderhoud. Ook het aanbieden van schoonmaakwerk bij werknemers thuis wordt onderzocht, maar dat neemt nog geen hoge vlucht.

---

Door in meerdere markten actief te zijn, worden de risico's gespreid, zegt Asito. Het bedrijf gaat nog een stap verder en ontwikkelt het concept 'leefbare wijk'. Het bedrijf is in Enschede een proefproject begonnen met het wijkgericht aanbieden van diensten als groenonderhoud, huishoudelijke hulp, schoonmaak en kinderopvang.

Het trekt daarbij samen op met de Twentse gemeente die sterk moet bezuinigen.

Concurrent Facilicom verwacht veel van het aanbieden van verschillende diensten in één pakket, waarbij de dienstverlener optreedt als regisseur van de werkzaamheden.

Het gaat om langlopende contracten. 'Hier zit nog groei in', zegt Gennissen. Hij biedt klanten steeds vaker één pakket aan waarin schoonmaak, catering, beveiliging en receptiediensten zijn opgenomen.

De klant betaalt daar een vast bedrag voor. Facilicom zet op deze manier ruim € 100 mln per jaar om.

CSU kiest juist voor specialisatie.

Het Brabantse familiebedrijf ziet in de krimpende markt geen reden voor een heroverweging van de strategie. Het houdt onverkort vast aan schoonmaak en huishoudelijke verzorging. van Hulten: 'In onze kernactiviteiten is nog genoeg te doen.'

Ook Lucas Berger houdt vast aan het schoonmaakprofiel. Het bescheiden Arnhemse bedrijf meent dat het in het voordeel is in vergelijking met de schoonmaakgiganten.

'Wij hebben gemotiveerde medewerkers en ons imago is goed. Dat is straks, als de arbeidsmarkt opdroogt, een pluspunt', voorspelt directeur en enig aandeelhouder Jansen verplanke.

Bang voor de toekomst is hij niet. 'We bestaan als bedrijf tien jaar. We blijven doen waar we goed in zijn. Ik zou alleen wel met een partner een landelijk netwerk van schoonmaakbedrijven willen gaan vormen.'

En het personeel in de branche?

Dat begon ruim een jaar geleden met het aan de kaak stellen van allerlei misstanden. Schoonmakers voerden acties op treinstations voor een betere cao en meer waardering voor hun werk. Die acties lopen nog steeds.

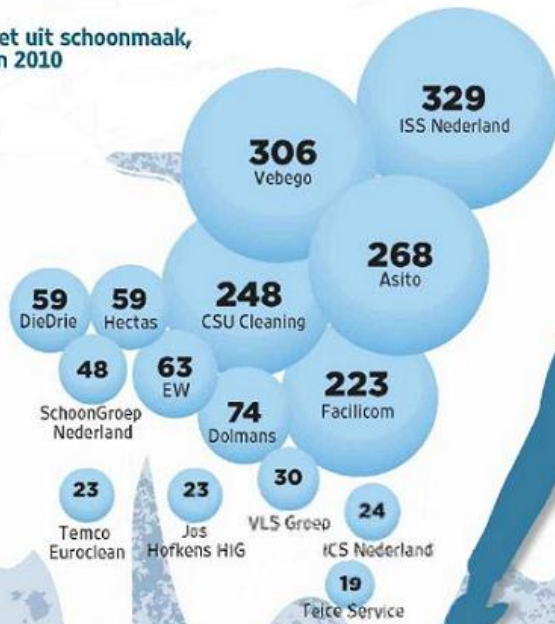
Toch is op enkele punten een lichte verbetering zichtbaar. Zo is er een code opgesteld, Code Marktgedrag in de Schoonmaakbranche, die benadrukt dat lage tarieven niet zaligmakend zijn.

Positief is dat een toenemend aantal opdrachtgevers zegt de code te hanteren.

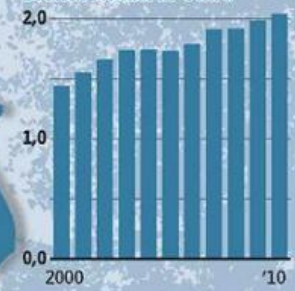
# Minder handen in de emmer

Schoonmaakbranche in Nederland

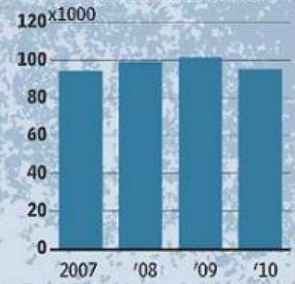
Omzet uit schoonmaak,  
€ mln 2010



Stijgende omzetten...  
Branchetotaal in € mrd



...met minder mensen  
Totaal aantal medewerkers  
120x1000



CM / Bron: FD-Research, Service Management eni