

CSU

SAMEN SLIM IMPACT MAKEN

Scherper, Slimmer, Schoner. Zo luidt het motto van CSU. Het schoonmaakbedrijf neemt geen genoegen met de standaard en zoekt continu naar kansen om voorop te blijven lopen. "We kunnen onze duurzame en sociale ambities alleen in cocreatie met de klant realiseren."

"CSU is altijd alert op kansen om nóg klantgerichter te werken", zegt commercieel directeur Diane van Dijk. "Dit vraagt om een brede en open blik, maar ook om ondernemerschap en focus. Alleen dan kom je tot verrassende oplossingen. Daarom kiezen we er bewust voor om schoonmaakspecialist te blijven. Andere facilitaire diensten, zoals beveiliging of receptie, bieden we niet aan." CSU wil impact maken op mens, milieu en maatschappij. Een ambitie waarvoor het bedrijf graag partnerships aangaat. Van Dijk: "Onlangs hebben we een herstructurering doorgevoerd, zodat we nog beter aan kunnen sluiten bij de klant."

Hi Five

Een aantal jaar geleden introduceerde CSU als eerste het datagedreven schoonmaken. Een dienst die dooront-

wikkeld is onder de noemer Hi Five. "Via deze app verzamelen onze medewerkers data over onder andere de bezetting van een ruimte en de vervuilingsgraad", zegt Van Dijk. "Zo krijgen we beter inzicht in de dynamiek bij de klant, zodat we gericht en kostenefficiënter schoonmaken. Kijkend naar de toekomst zie ik kansen om de taken van schoonmakers uit te breiden. Ze kunnen bijvoorbeeld de werklust van verpleegkundigen verlichten door bedden te verschonen. Ook denk ik aan robotica. Niet om mensen te vervangen, maar om hun werk ergonomisch makkelijker te maken. Robots maken reeds vloeren schoon, maar kunnen technisch al veel meer. Denk aan een robot die met uv-licht operatiekamers in een ziekenhuis desinfecteert. Pionieren vereist natuurlijk wel dat je nauw met klanten samenwerkt: het gaat immers om hun werkvloer. We merken >>>



Diane van Dijk

dat steeds meer klanten hiervoor openstaan. Mede omdat ze zien hoeveel meerwaarde innovatie heeft voor hun eigen processen."

CSR

CSU helpt klanten ook bij hun CSRD-rapportage. "We hebben hiervoor een dashboard ontwikkeld, waarop klanten tot in detail zien wat onze footprint is", zegt Van Dijk. "Dankzij een *life cycle analysis* weten we voor zo'n 90% van onze middelen en materialen wat hun CO₂-impact is. Alleen voor machines is deze analyse nog niet compleet, omdat fabrikanten nog met een duurzaamheidsslag bezig zijn. Ook het woon-werkverkeer van onze medewerkers nemen we mee in onze calculatie. Aan de hand van ons dashboard kunnen we samen met klanten verbeteringen doorvoeren. Denk aan het vervangen van oude machines, het slimmer wasen van bedrijfskleding of het gebruiken van doorzichtige gerecyclede vuilniszakken in plaats van gekleurde."

'WE PAKKEN DE HANDSCHOEN OP'

"Ieder jaar loopt iedereen op kantoor – inclusief management en directie – minimaal een dagdeel mee met een schoonmaakmedewerker", zegt Van Dijk. "Dit leerde ons onder andere dat we milieuwinst konden halen in het gebruik van wegwerphandschoenen. We kwamen hiervoor uit bij Gloovy, een start-up die milieuvriendelijke handschoenen wilde maken. Echter, zelfs als grote marktpartij konden wij Gloovy niet het volume bieden om hun concept door te ontwikkelen. We hebben toen de handschoen opgepakt en binnen onze branche naar partners gezocht. Die vonden we in Asito en Gom. Met succes: met z'n drieën besparen we zo'n 1600 ton CO₂-uitstoot per jaar, alleen al in handschoengebruik. Een ander voorbeeld: onze medewerkers wisten nooit wat het voor hun zorg- of

'WE BESPAREN 1600 TON CO₂-UITSTOOT PER JAAR IN HANDSCHOENGEBRUIK, SAMEN MET TWEE PARTNERS'



huurtoeslag betekende als ze meer of minder uren zouden werken. Daarom hebben we samen met NIBUD een werkurenberekenaar ontwikkeld die dit precies uitrekent. Een unieke oplossing die zo veel impact heeft, dat we deze beschikbaar hebben gemaakt voor alle medewerkers in onze branche."

WERKGELUK

Als familiebedrijf hecht CSU veel waarde aan goed werkgeverschap. Van Dijk: "In principe geven we nieuwe mensen een contract voor onbepaalde tijd. Ons hr-programma loopt uiteen van opleidingen en het stimuleren van sporten tot diverse vormen van coaching bij persoonlijke uitdagingen als een loonbeslag of het omgaan met een scheiding. Rekening houdend met de dynamiek van onze klant proberen we medewerkers zo veel mogelijk overdag in te zetten. We trainen onze mensen dan ook om gastvrij en representatief te zijn naar het personeel en de bezoekers van de klant. Onze medewerkers zijn natuurlijk actief op de werkvloer van de klant. Als je hen vraagt waar ze werken, noemen ze meestal als eerste de naam van de klant. We stimuleren klanten dan ook om onze mensen als eigen personeel te zien en voor goede werkomstandigheden te zorgen. Dat is ook in hun eigen belang: het is voor klanten wel zo prettig als het schoonmaakteam uit steeds dezelfde vrolijke gezichten bestaat die uit zichzelf een stapje extra zetten als dat nodig is."



DEEL ONLINE

