

Hygiëne, maar het oog wil ook wat

De Amerikanen noemen het eufemistisch 'the restroom', of 'the bathroom'. Inderdaad, het toilet bevindt zich vaak in een badkamer, maar om daar nu even uit te rusten? De meeste toiletten nodigen niet echt uit om daar langer te verblijven dan absoluut nodig. Dat heeft niet zozeer te maken met de hygiëne als wel met de inrichting die beter zou passen bij een koelcel.

Tegenwoordig is er steeds meer aandacht voor de aankleding en inrichting van de werkomgeving. Kleurrijke kantoren die de prestaties stimuleren omdat de medewerkers zich daar op hun gemak voelen. Helaas wordt het andere 'gemak', ofwel de toiletruimte, vergeten bij het aantrekkelijk maken van de kantooromgeving.

De meeste mensen kennen ze wel: de toiletten bij tankstations. Regelmatig worden onderzoeken en enquêtes gehouden over de hygiëne in die toiletten. Je zou dan denken dat daar extra aandacht aan wordt besteed door de beheerder of eigenaar van dat tankstation, je komt immers blijkbaar op een lijst waar je liever niet te laag op staat genoteerd. Onlangs werd ook duidelijk dat de NS nogal selectief was in het beoordelen van de diensten aan hun klanten. Zo bleek uit tegenonderzoek van een reizigersorganisatie dat vrijwel alle treinreizigers alleen in absolute, onuitstelbare gevallen gebruik willen maken van de toiletten in de trein. En dat is niet omdat die mensen bang zijn, hun halte te missen. Openbare toiletten hebben een slecht imago, omdat er meerdere mensen gebruik van maken. Maar waarom zou dat ook moeten gelden voor toiletvoorzieningen in kantoorgebouwen?

Imago

De meeste organisaties zijn terecht bezorgd over hun imago: zijn we wel groen genoeg, hebben we wel een aantrekkelijke uitstraling voor klanten én nieuwe medewerkers? Hoe zit het met ons corporate image? Weten de mensen wel wat we allemaal aan Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen doen? Om die uitstraling, dat beeld zo aantrekkelijk mogelijk te maken, wordt er geïnvesteerd in een representatief bedrijfspand met mooie inrichting, geheel of gedeeltelijk geïnspireerd door Het Nieuwe Werken. Dus taakgerichte ruimtes met bij die specifieke taak passend meubilair en decoratie. Kortom, op het eerste gezicht ziet het er allemaal heel aantrekkelijk uit. Maar

wat een afknapper als je dan in de toiletruimte komt – want we moeten allemaal wel eens, niets menselijks is ons vreemd – en je treft daar een inrichting en aankleding aan waarvoor de gemiddelde vrachtwagenchauffeur zijn neus nog zou ophalen.

Kaasschaaf

Als gevolg van de bezuinigingen (sorry: kostenreductie) wordt er op allerlei zaken in de kantooromgeving gekort. De personen die de grootste kostenreducties moeten doorvoeren, zijn gewoonlijk de personeelsmanager (medewerkers vormen de hoogste kostenpost) en de facility manager. En als consequentie van de aanhoudende economische malaise is de kaasschaaf vervangen door de botte bijl. Die moet dan helaas veelal gehanteerd worden door eerst de personeelsmanager en vervolgens de facility manager. Het als boventallig beoordeeld personeel is al afgevoerd, het logische vervolg is dan dat wordt gekeken naar de eventueel boventallige vierkante meters (ook nog steeds te duur, ondanks de enorme leegstand) en andere zaken die vallen onder de verantwoordelijkheid van de facilitaire dienst. Met als tweede post na die vierkante meters: de schoonmaak.

Minder gebruikers

Nu heeft de invoering van Het Nieuwe Werken ook tot gevolg dat steeds meer mensen op andere plekken werken dan op het kantoor, of in ieder geval veel minder op dat kantoor aanwezig zijn. Met andere woorden: minder gebruikers, dus wordt er minder vuil. Veel schoonmaakbedrijven ervaren dat de klanten daarom het liefst de contracten willen herzien, wat erop neer komt dat er in het nieuwe contract vaak fors wordt gekort op het aantal uren dat wordt overeengekomen. Dat wil echter niet zeggen dat er veel minder hoeft te worden gekeken naar de kwaliteit van de schoonmaak in bijvoorbeeld de toiletruimte. Waar het misschien volstaat om met een doekje (microfiber, natuurlijk) even over een aanlandplek heen te gaan, of met de stofzu-



ger even door de gangpaden te hollen omdat iedereen aan clean desk doet, is het belang van het zorgvuldige onderhoud aan met name de toiletruimte niet verminderd. In tegendeel zelfs: de mensen die op kantoor zijn, en uiteraard gebruik willen kunnen maken van het toilet, komen daar in de meeste gevallen omdat ze ervoor kiezen, 'gewoon' op hun vaste werkplek de taken te verrichten. Bovendien zijn daar de bezoekers van de organisatie. Die komen vanuit het gehele land, of misschien zelfs van over de gehele wereld, en hebben dankzij de website of de bedrijfsbrochure een beeld van die organisatie. Wat echter nooit in zo'n brochure wordt vermeld, is of de toiletruimtes wel representatief zijn, of men die met goed fatsoen kan aanbevelen aan de gasten. Bovendien heerst er nog steeds een beetje een taboe op het toilet, het is iets waar je niet over praat – en dat terwijl het de meest natuurlijke zaak van de wereld is. Je zou toch vreemd opkijken als je na een lange autorit inclusief file bij een bedrijfspand aankomt, en als je vraagt of je even van het toilet gebruik mag maken, als antwoord krijgt: die hebben we niet.

Alternatieve vormen

Mede als consequentie van de hoge benzineprijs en de te lage vergoeding die ook nog eens dreigt te worden afgeschaft, en de betrouwbaarheid en de service van het openbaar vervoer die nog steeds te wensen overlaten, kiezen steeds meer mensen voor alternatieve vormen

van vervoer naar het werk. Populair zijn de scooter en de fiets, al of niet met trapondersteuning. Zo'n sportief tripje echter betekent ook dat je regelmatig nat wordt, van de regen dan wel van de transpiratie. Je ziet dan ook dat steeds meer organisaties hun medewerkers niet alleen een overdekte en soms zelfs beveiligde fietsstalling bieden, maar ook een gelegenheid waar ze zich even kunnen opfrissen en andere, droge kleren kunnen aantrekken. Bijvoorbeeld in de Scandinavische landen is het vrij standaard dat een bedrijf zo'n ruimte heeft waar je je kunt wassen of zelfs douchen. Wel zo fris voor de collega's! De toiletruimte wordt dan veel meer een sanitaire ruimte met meerdere functies en voorzieningen. En natuurlijk is het van groot belang dat ook die ruimtes goed schoon worden gehouden, je zit niet te wachten op zaken als voetschimmel, salmonella en meer van dat soort onprettige zaken.

Het is de vraag of de facilitair manager voldoende budget krijgt om ook voor zijn organisatie een sanitaire ruimte te mogen (her)inrichten die niet alleen past bij het corporate image of Het Nieuwe Werken, maar ook voldoet aan de wensen van de moderne kantoorwerker en -bezoeker. Die multifunctionele sanitaire ruimte zal wel nooit worden gepubliceerd in de bedrijfsbrochure of de website, maar kan wel een positieve aanvulling zijn op het beeld dat de medewerker en de bezoeker krijgt van de organisatie. ■