

Nieuw en jong managementteam Succes Schoonmaak

Een Volendammer doet het niet voor minder: als beste schoonmaakbedrijf van Nederland draagt Succes al meer dan een halve eeuw bij aan een mooiere en schonere wereld. In treinen, ziekenhuis of kantoren, de passie voor schoonmaak is zichtbaar. Zoals het Volendamse bedrijf heeft meebewogen in de evolutie aan de buitenkant – van vooral blinkend schoon naar strengere milieu-eisen – verandert zij ook intern mee. Op directieniveau heeft per 1 januari een wisseling van de wacht plaatsgevonden. Piet Kes en Gerard Veerman delen hun expertise nog op de achtergrond; Jan Kes en Frank Schoute maakten al enkele jaren onderdeel uit van het bedrijf en zwaaien als nieuwe generatie sinds begin dit jaar de scepter.

„Het toenmalige Schoonmaakbedrijf Succes is in 1963 opgericht door Nas van der Velde”, begint Piet Kes een korte reis door de tijd. Hij begon zelf in 1976, maar is in 1980 formeel in dienst gekomen. „Het bedrijf werd destijds feodaal geleid. Met veel enthousiasme, gebaseerd op het 'gekke' van de Volendamse schoonmaakcultuur. Veel jonge vrouwen die – meestal – later op de dag in de bus stapten richting het OLVG, Lucas-ziekenhuis, Artis of zee-manshuizen, om daar schoon te maken. Jaap Schilder (de bok) was destijds administrateur en voorman, dus hij zat ook op de werkvloer. De facturen kwamen bij mijn vader Ans Kes terecht en als student lag dat werk mij ook goed. Er ligt hier nog ergens in een lade een jaarrekening op een A3-vel, vanaf een typemachine. Met 883 gulden als bedrijfsresultaat...”

„Toen ik er zelf bij kwam, wilde ik voor structuur zorgen, zodat zaken werden geborgd. Op dat moment gaf ik ook nog les aan de LTS, inmiddels de Triade.” Bovendien speelde Piet in het eerste team van 'de handbal' en gaf training. In 1986 kwam hij fulltime in dienst bij Succes en in '89 vormde hij een tweemansdirectie met Jaap Schilder, toen Van der Velde overleed. Gerard Veerman sloot naderhand aan als Hoofd Administratie.

In het begin van deze eeuw werd het management van de – inmiddels meerdere – werkmaatschappijen door vijf mensen ingevuld, tevens door Nico Schokker en José Zuidhof. Een deel van het kantoor ging naar Weesp. Gaandeweg – bij het ontwikkelen – van meerjarenplannen traden enkele wisselingen op, overleed Jaap

Schilder en kwamen Jan Kes en Frank Schoute in beeld.

Vroeger moest er flink geboend worden, tegenwoordig moet alles gefaciliteerd'

Gerard Veerman: „Op die manier werkten we aan de continuïteit van het bedrijf. We moesten meeveranderen. Om het bedrijf gezond te houden, moet je ook verjongen en vernieuwen.”

Piet: „Onze omgeving veranderde ook. We kwamen bij klanten die een heel ander beeld van schoonmaken hadden, als dat wij vonden dat zij moesten hebben. Vroeger viel het schoonmaken onder de facilitair manager en de conciërge, dan moest er vooral flink geboend worden. Een ander tijdperk brak aan, dat alles gefaciliteerd moest worden. Alleen blinkend schoon, dat was een achterhaalde situatie. De klant moest er geen omkijken naar hebben, tijdens het hele proces.”

Gerard: „Onze klanten werden ook jonger en dan spreek je niet meer dezelfde taal. Wij leverden aanvankelijk een schoonmaakproduct, waren toen al de beste van Nederland. Tegenwoordig vragen ze strategische partners, die op het facilitaire vlak in een veel breder perspectief kunnen meebewegen met de klant.”

Vanaf 1 januari dragen Jan en Frank de verantwoording van de werkmaatschappij. Jan: „Er is



De afscheid nemende directeuren – Piet Kes en Gerard Veerman – en het nieuwe managementteam: Jan Kes en Frank Schoute.

wel wat veranderd in het landschap. We zitten inmiddels in een tijd dat het wat overheidsgebouwen en ziekenhuizen betreft allemaal volgens Europese aanbesteding gaat. Daar zitten hele teams op. Het gaat ook om welk bedrijf de werkprocessen het best borgt. Met alleen 'wij doen wat we beloven' scoor je niet meer. Succes had een stabiele klantenbasis van oudsher en daar teerde zij op. Nieuwe mensen bij 'oude' klanten gaan echter de markt verkennen en daar moet je op inspelen. Je moet weten wat de klant wil.”

Succes heeft ook ingespeeld op de behoefte aan 'sanitair supplies', over enkele maanden volgt de opening van een groothandel. „We hebben een salesmanager aangenomen die uit die hoek komt. Sindsdien doen we alles: het is niet meer alleen het product 'schoonmaak', maar we leveren ook de wc-rollen, tot aan het gevelonderhoud. We willen een heel gebouw kunnen aanpakken.”

„Alles wat je doet bij een klant, alles wat je levert, moet ook inzichtelijk zijn, er moet data beschikbaar komen van de werkprocessen. Vroeger ging er veel op onderbuisgevoel en als alles blonk en het er rechts onderaan

de streep goed uitzag, dan was het al best. Nu ben je aan het groeien, terwijl de back-office hetzelfde blijft.”

We maken nu zichtbaar schoon in treinen en gebouwen, daarmee neemt de waardering toe'

„Maar alles gaat hier wel vanuit de menselijke maat. In tijden van corona lag het openbaar vervoer stil en waren scholen dicht. Dan wordt het lastig rechts onderaan de streep. Maar het sponsoren van verenigingen, daar hebben we niet aan getornd. Dat is het maatschappelijke waar we allemaal voor staan. Geld verdienen is belangrijk, maar ook om het voor anderen mogelijk te maken leuke dingen te blijven doen.”

De schoonmaak is voor veel bedrijven een sluitpost. „Corona heeft de kijk op schoonmaak en hygiëne wel veranderd, mensen

zijn het belang ervan meer gaan inzien.” Piet: „Er werd in het begin van de pandemie geklapt voor de zorgverleners, maar onze schoonmakers moesten ook in een 'maanpak' naar binnen. Die waren in dat proces net zo belangrijk. Wat dat betreft is dit werk soms nog ondergewaardeerd, terwijl het zo hard nodig is in deze tijd. Het wordt als vanzelfsprekend ervaren.”

Ook in het kader van het doorontwikkelen van die perceptie zit Succes niet stil, met onder meer geurbeleving, maar ook op een andere manier. Frank: „Wij maken een deel van de nationale en internationale treinen schoon en zijn daarin bezig met een pilot. We maken nu zichtbaar schoon, in die zin dat het gebeurt tijdens de treinritten. De reizigers zien het. En bij ondervragingen merken we dat in de beleving van conducteurs – door het zichtbaar zijn – het als schoner wordt ervaren.”

„Het zichtbaar zijn betekent ook steeds meer, in bijvoorbeeld gebouwen of kantoren, dat de schoonmaker een gezicht krijgt. En daarmee neemt de waardering wel meer toe. Zo worden ze ook meer onderdeel van het betreffende team op de werkvloer.”