



Mommers Schoonmaakservice: 'Alles heeft met gevoel te maken'

In 1949 werd grootvader Mommers zelfstandig glazenwasser en zestig jaar later runnen zijn kleinzoon Mark en diens vrouw Marjo het familiebedrijf Mommers Schoonmaakservice. Het hoort inmiddels bij de tachtig grootste schoonmaakbedrijven van Nederland. 'Als je weet dat er in Nederland in totaal 6.800 zijn, dan ben je een redelijk grote speler', concludeert de 40-jarige Mark Mommers. Met de inzet van 145 personeelsleden bedient zijn bedrijf circa 200 locaties in groot-Rotterdam, waaronder de Van Nelle fabriek en het containerbedrijf OOCL.

Het moderne kantoorpand van Mommers zelf is – vanzelfsprekend – vlekkeloos, maar ook een oase van rust door de ligging in de polders van Nieuwerkerk aan den IJssel. Mark en Marjo Mommers praten met liefde over hun werk, hun bedrijf en niet te vergeten hun medewerkers. De verzakelijking die zij alom in de schoonmaaksector zien, willen zij zo ver als mogelijk buiten de deur houden. Marjo (39), verantwoordelijk voor de financiële administratie en het kwaliteitsbeheer: 'We vinden het leuk om te groeien en dat doen we ook, maar niet koste wat het kost. Alles bij ons heeft met gevoel

te maken. Wij zijn oprecht. Er moet een klik zijn, anders beginnen we er niet eens aan.'

'En wederzijds respect', zegt Mark Mommers. Hij noemt zichzelf een netwerker. 'Ik doe dat met veel plezier en dat is ook een voorwaarde, want anders werkt het niet.' Ook daarom heeft het schoonmaakbedrijf een box bij Sparta, waar gemiddeld twee keer per maand de relaties worden onthaald. 'Leuk voetbal en een relaxte sfeer', zegt de geboren Rotterdammer Mark wiens vader nog bij Sparta heeft gevoetbald. De familie Mommers heeft de schoonmaakbranche de afgelopen jaren erg

zien veranderen. 'Het is allemaal veel professioneler geworden,' zegt Mark. 'Arbowetgeving, milieuzorgsystemen, kwaliteitszorg, enzovoort. Wij zijn ISO-gecertificeerd en we hebben als een van de slechts 110 schoonmaakbedrijven het OSB+certificaat van de Ondernemersorganisatie Schoonmaken Bedrijfsdiensten. Dat krijg je niet zomaar.'

'Het is een prachtberoep'

Als scholier en later als student werkte Mark Mommers tijdens de vakanties als schoonmaker bij zijn vader in de zaak. 'Het is een prachtberoep,' zegt

hij uit de grond van zijn hart. Daarom steekt het hem dat het vak dikwijls wordt ondergewaardeerd of dat er zelfs op wordt neergekeken. 'Laten we eerlijk zijn: het imago is niet geweldig, schoonmaken is helaas niet sexy.'

Het grootste probleem waar de hele branche mee kampt is de krapte op de arbeidsmarkt. Het zou daarom een groot voordeel zijn als bedrijfspanden ook overdag schoongemaakt zouden kunnen worden, iets waar de beroepsvereniging al jaren voor ijvert. Marjo: 'Dan kunnen wij putten uit een nieuw arbeidspotentieel en verder zijn er ook alleen maar voordelen. Omdat er dan meer gekeken wordt naar het werk, komt dat de kwaliteit ten goede. Voor de veiligheid van de medewerkers zou het ook beter zijn. En het werkt kostenbesparend. De verlichting en de verwarming kunnen immers uit.'

Mark vult nog aan: 'Overdag krijgt de schoonmaker een gezicht en zal er meer waardering voor het werk komen'

Voorlopig is Mommers er zelf alles aan gelegen om de medewerkers de beloning en de aandacht te geven die zij naar hun overtuiging meer dan verdienen. 'Wij staan bekend als een goede werkgever,' aldus Mark. 'Onze kracht zit in de waardering van ons personeel en de wijze waarop wij ze aansturen.'

Die aanpak heeft succes. Laatst heeft er iemand afscheid genomen die 32 jaar bij Mommers in dienst is geweest. Het ziekteverzuim ligt onder de drie procent, erg laag in de schoonmaakwereld. 'De Arbodienst vraagt ons regelmatig: hoe krijgen jullie dat voor elkaar?', zegt Mark. Zijn antwoord: 'Persoonlijke aandacht, de nieuwsbrief, de jaarlijkse trainingen en sowieso dat wij de CAO strikt naleven. Wat ons ook een prettige werkgever maakt, is dat wij productienormen hanteren die haalbaar zijn. Dat betekent dat het personeel ook echt de tijd krijgt om zijn werk goed te kunnen doen.'

Tevredenheid van 93 procent

Tevreden schoonmakers zorgen voor tevreden klanten. De cliëntèle van Mommers Schoonmaakservice is dan ook trouw. 'We hebben zelfs één klant die al 35 jaar bij ons is,' meldt Marjo. Hoe content men precies is heeft het echtpaar Mommers onlangs laten onderzoeken. 'Maar liefst 93 procent





bleek bijzonder tevreden te zijn. Dat was geweldig om te horen', zegt Mark enthousiast. Het antwoord op de vraag wat Mommers anders maakt dan de anderen komt snel: 'Wij zijn in staat de knowhow van de grootste spelers te combineren met de flexibiliteit van de kleinere schoonmaakbedrijven. Korte lijnen en snelle oplossingen dus.'

Mark en Marjo liggen geen nacht wakker van de veelbesproken financiële en economische crisis. 'Ach', relativeert Mark, 'ook een crisis schept nieuwe mogelijkheden en afgezien daarvan, klanten zoeken toch naar betrouwbaarheid. En alleen al het feit dat wij zestig jaar bestaan zegt daar toch wel iets over.' Het echtpaar is ervan overtuigd alleen maar sterker uit de huidige malaise te komen. 'Ons beleid en waar wij voor staan verandert niet ten tijde van een economische crisis. En als onze klanten financieel een stapje terug moeten doen, dan denken wij gewoon met ze mee.'

De plannen voor de toekomst zijn al bedacht, mede ingegeven door de krapte op de arbeidsmarkt. 'Wij kijken ook naar omzetstromen die niet uitsluitend met menselijke arbeid te maken hebben', verklaart Marjo. Haar man ontvouwt de plannen: 'Mommers wil steeds meer een 'multi-supplier'-bedrijf worden. We streven naar een uitbreiding van het dienstenpakket, waarbij je kunt denken aan beplanting, groenverzorging en zelfs aan catering. Een totaalpakket dus. Dan zijn wij de facilitaire manager op afstand.'

'De facilitaire markt groeit hard en Mommers is binnen het midden- en kleinbedrijf een voorloper. We hebben al een aantal klanten aan wie we diverse diensten leveren. Het is immers makkelijk: één contract en één crediteur.'

Een droom wil het nuchtere echtpaar Mommers het niet noemen. Na diep nadenken zegt Marjo: 'De droom hebben we eigenlijk al verwezenlijkt toen de groei verzesvoudigde.' En Mark vult aan: 'Echt het allerbelangrijkste vinden wij dat onze klanten én ons personeel tevreden zijn. Daar halen wij ons plezier uit.'

Tekst: Karen Auer

Foto's: Enith Stenbuys