

RGS en VGO rukken op in de vastgoedonderhoudswereld

‘Anders doe je niet meer mee’

DOETINCHEM ■ **Efficiënt samenwerken met vooraf vastgestelde prestatieafspraken om faalkosten zo veel als mogelijk terug te brengen. Wat is daar op tegen? In principe niets. Woningcorporaties en grote vastgoedonderhoudsbedrijven werken vaak niet anders. ‘Dat doen we al zo lang als we bestaan’, roepen critici, meestal de middelgrote of kleinere onderhoudsbedrijven.**

RGS (Resultaat Gericht Samenwerken), RGVO (ResultaatGericht VastgoedOnderhoud) en VGO-keur (certificaat VastGoedOnderhoud), complexe modellen en een keurmerk om goed beslagen ten ijs te komen en met corporaties in gesprek te raken over langetermijn prestatieafspraken.

Automatiseerders volgen deze ontwikkeling om de processen zoveel als mogelijk te digitaliseren en opdrachtgevers en -nemers van de juiste software te voorzien. De onderhoudssector is daardoor in toenemende mate omgeven door een schil aan bedrijven bestaande uit organisatieadviseurs, automatiseerders en keuringsinstanties.

‘Niet zomaar vertrouwen op een papieren tijger’

Is de onderhoudswereld, aangevuld met een serie bouwvoorschriften en NEN-normen, door deze ontwikkeling aan het overorganiseren en tel je straks als schilder- en onderhoudsbedrijf niet meer mee zonder een stapel aan predicaten en keurmerken? Het lijkt er wel op. Je kunt namelijk maar beter voorbe-

reid zijn op de prestatie-eisen van corporaties en van grote onderwijs-, overheids en/of zorginstellingen. Want kun je aantonen dat je je bedrijfsprocessen meetbaar en gecontroleerd goed voor elkaar hebt, dan heb je een streepje voor op de bedrijven die het moeten hebben van, met alle respect, alleen een goede staat van dienst. Een personeelswisseling of nieuwe beleidseisen aan opdrachtgeverszijde kunnen een trouwe samenwerking namelijk brutaal verstoren.

Bij een optimale prestatiegerichte samenwerking draagt de opdrachtgever veel verantwoordelijkheden over aan het onderhoudsbedrijf, maar niet voordat de prestatie-eisen zijn vastgelegd in zogenoemde kpi's (key performance indicators: kritieke prestatie-indicatoren). De vraag hierbij blijft: is er met deze werkmethodeken een administratief monster gecreëerd? Zijn bestaande werkmethodeken die niet strikt aan de RGS-voorwaarden voldoen daardoor minder efficiënt? Is bewonerstevredenheid niet vanzelfsprekend en dus niet iets nieuws, zoals gesuggereerd wordt omdat het tegenwoordig alles meetbaar moet zijn? En worden onderhoudsbedrijven daardoor niet min-



Op de steiger is RGS niet zichtbaar, het moet blijken uit het naleven van prestatieafspraken en een transparante bedrijfsvoering

FOTO: HVG

of meer gedwongen aan de systematiek deel te nemen om maar geen opdrachten mis te hoeven lopen? SchildersVakkrant vroeg het enkele vastgoedonderhoudsbedrijven.

Van Kooten Schilders in Ridderkerk is een middelgroot schildersbedrijf met 22 medewerkers, aangevuld met 7 medewerkers van het in hetzelfde bedrijfspand aanwezige M&Z Bouw. Het bedrijf werkt veel voor corporaties en heeft naar eigen zeggen weinig 'last' van de eis om een VGO-keur te voeren. Directeur-eigenaar Ido Snel: 'Ik heb zo mijn twijfels of de inhoud van het keurmerk zoveel meer biedt dan een RGS-overeenkomst. Zo moet je onder andere aantonen dat je als bedrijf financieel gezond bent. Maar dan blijkt een VGO-keur bedrijf toch jarenlang een financieel wanbeleid te voeren en uiteindelijk failliet te gaan. Het lijkt meer een verkooptool, bedacht door bedrijven.'

Snel kent de wereld ook van de corporatiezijde, waar hij jaren werkzaam was. 'Je kunt opdrachten niet

zomaar wegzetten en vertrouwen op een papieren tijger waarbij beloofd is dat het vastgoedbedrijf de corporatie ontzorgt. Toezicht zou je als corporatie altijd willen moeten blijven houden.'

Tot nu toe kan Snel aan de woningcorporaties prima uitleggen waarom zijn bedrijf geen VGO-keur heeft en dat er toch prima afspraken te maken zijn. 'Het beste wat je kunt doen is kwaliteit leveren. Zo krijgt een opdrachtgever vertrouwen. Het gevaar bestaat namelijk dat corporaties door deze ontwikkelingen steeds meer door financiële mensen worden gestuurd en in mindere mate door technische mensen. Wanneer de theoretische mensen de aansluiting met de praktijk gaan missen zullen de onderhoudskosten op de langere termijn vele malen hoger uitvallen.'

Jan Pleijsier, mede-directeur van Palet Vastgoedonderhoud in Genemuiden: 'Aan de kant van de woningcorporaties wordt deze methodek vooral doorgezet en gebruikt

als selectiecriteria. Wil je strategisch en commercieel een partij van belang zijn, dan zul je wel aan moeten haken, anders doe je niet meer mee. We hebben voor de implementatie van VGO en RGS onze vastgoedadviseur Hans Hartsuiker met de taak belast om dit traject binnen ons bedrijf in te voeren.'

Hartsuiker hierover: 'Als je geen VGO-keur kunt overleggen, mis je veelal de deelname of selectie voor de grotere werken. Alle financiële en werkprocessen worden nu kritisch doorgelicht. Vooral de archivering is daarbij belangrijk. 'Groot

‘Meer continuïteit en zekerheid’

verschil is de manier van werken. Waren het voorheen kortere aanbestedingstrajecten, nu komt het meer aan op meerjarige samenwerkingen en plannings. Daar heb je in de aanloop naar een resultaatgerichte samenwerking weliswaar meer voorbereidend werk aan, de samenwerking daarentegen duurt ook veel langer. Het biedt je als bedrijf meer continuïteit en zekerheid. Daarbij moet worden opgemerkt dat RGS een lastig te definiëren begrip blijft. Nu geeft elke partij er zijn eigen draai aan. Als je er als samenwerkende partijen maar uitkomt. Daarom hebben wij voor het VGO-keur gekozen; dus werken conform de 'Leidraad Resultaatgericht samenwerken' (een initiatief van OnderhoudNL, TNO en SBRCURnet, red.).'

Als voordeel ziet Hartsuiker wel het vastleggen van alle gegevens die door alle belanghebbenden zijn te volgen. 'Geen geheimen, transparant en digitaal toegankelijk.'

Palet zet in op het VGO-onderdeel 'gevel'; de overige disciplines zijn daken, installaties en interieur. 'Als bedrijf gaan we voorlopig geen complete renovaties aan. We zijn in eerste instantie een vastgoedonderhoudsbedrijf dat zich voornamelijk met de buitenschil bezighoudt.'

#Dewaardevaneengoedenaam

Afgelopen week werd ik gevraagd om mijn kennis over het schildersvak te delen. Bekenden hebben een nieuwe woning gekocht en die geheel laten renoveren. Het stucwerk was bijna klaar, dus het werd tijd om te gaan schilderen. Eén schilder hadden ze al benaderd voor een offerte. Ik vroeg uiteraard wie dat was. Toen ik hoorde wie ze gevraagd hadden, zei ik: 'Goh, dat is grappig, die heeft bij ons ook geschilderd.' Het antwoord dat volgde is veelbetekenend: 'Ja, dat weten we, want wij zagen in Google dat jij hem zo'n goede review gegeven had. Daarom hebben wij hem ook gevraagd.'

Ik kan het niet vaak genoeg kan zeggen: als je een goede naam hebt, zorg dan dat deze ook online als een goede naam te vinden is. Zorg voor goede

online reviews en dan vooral via de meest gebruikte review-methoden, namelijk Google en Facebook. Ben daar aanwezig en vraag klanten ook om een mooie review achter te laten. Ik spreek nog steeds veel schilders die dat niet hebben en ook niet nodig vinden, zeker nu het weer volop druk is. Dat is begrijpelijk, maar er is toch wel een aantal bezwaren tegen. Ten eerste zoekt inmiddels 93 procent van de mensen eerst op internet zodra ze een product of dienst zoeken. Dat betekent dat als je daar niet aanwezig bent, je ook niet gevonden wordt. Ten tweede is het niet bepaald toekomstbestendig om niet online aanwezig te zijn. Wil je ooit je bedrijf verkopen of je kind het laten overnemen, is het wel leuk als er zoveel mogelijk waarde inzigt. En een deel van die waarde is de zogenaamde 'good-

will', oftewel: de goede naam.

In de huidige goede tijden hebben zelfs de slechtste bedrijven genoeg werk. Maar als er weer een crisis uitbreekt, en dat gebeurt gegarandeerd, gaan mensen weer opletten hoe en waarom ze hun geld uitgeven. En dat zullen klanten dan eerder doen bij een bedrijf met goede online reviews dan bij een bedrijf dat ze niet kunnen vinden. Steek dus juist nu eens wat geld in marketing, zoals een mooi logo, een goede website en nette kleding. Want nu het geld weer tegen de plinten klotst, is dit hét uitgelezen moment om te investeren en je goede naam om te zetten in waarde. Want een goede naam is goud waard. Of in ieder geval verdient een goede naam een mooi logo en een goede website!

alger@socialpaint.nl

#HASHTAG

ALGER VAN MAAREN

