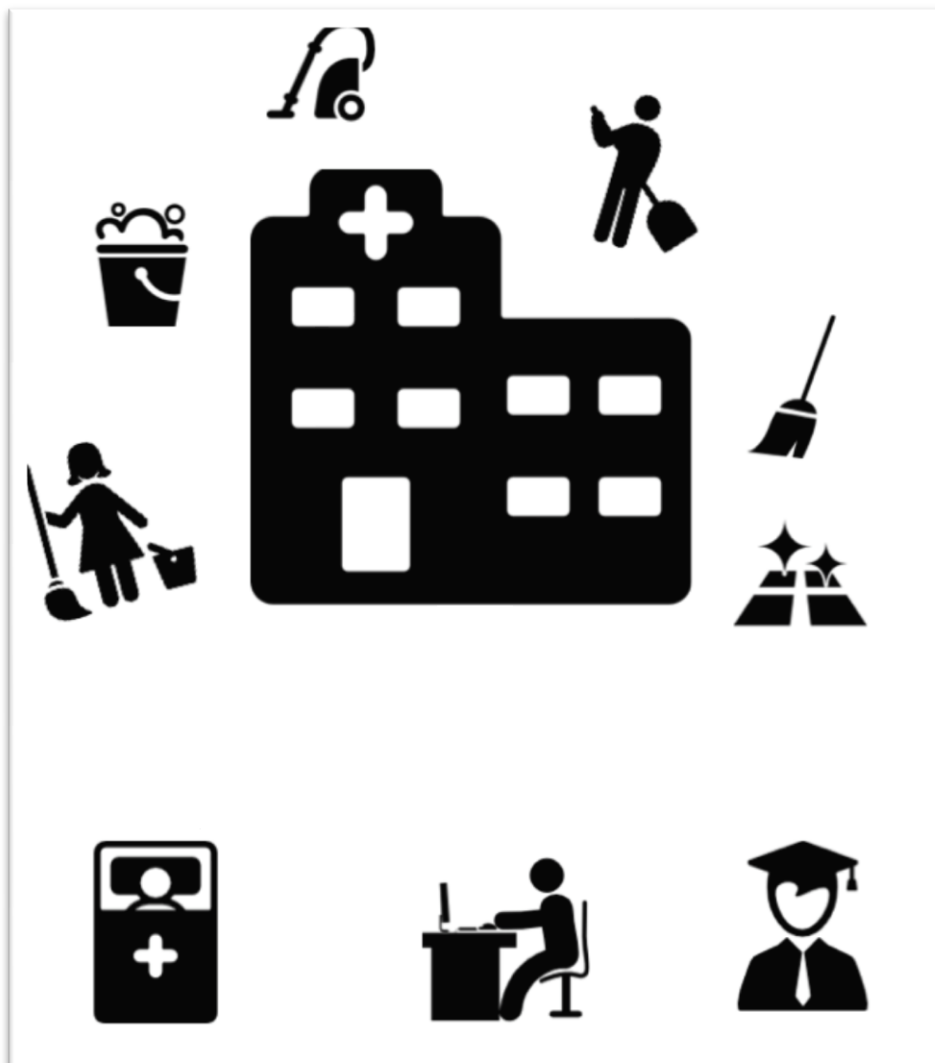


NIET TUREN, MAAR STUREN

Onderzoek naar het meten van schoonmaakbeleving in een academisch ziekenhuis



NAAM	Veerle Timmers
STUDENTNUMMER	492492
TITEL AFSTUDEER-PROJECT	Niet turen, maar sturen
NAAM AFSTUDEERORGANISATIE	Radboud Universitair Medisch Centrum
TREFWOORDEN	Schoonmaak, schoonmaakbeleving, klantbeleving, beleving, medewerkerstevredenheid, academisch ziekenhuis
GEHEIMHOUDING	Nee
STUDIE	Academie Diedenoort Facility Management
DOCENTBEGELEIDER	Roos Wolfs
STUDIEJAAR	2014-2015
DATUM	09-06-2015

NIET TUREN, MAAR STUREN

Eindrapport afstudeerstage Radboudumc te Nijmegen

Bedrijf:	Radboud Universitair Medisch Centrum
Vestigingsplaats:	Nijmegen
Afdeling:	Schoonmaak
Adresgegevens:	F.C. Donderslaan 2 6500 HB Nijmegen Huispost 256
Stagebegeleider:	Mevrouw M. van de Wall
Functie stagebegeleider:	Contractmanager schoonmaak
School:	Hogeschool van Arnhem en Nijmegen (HAN)
Studie:	Facility Management (ADFM)
Vestigingsplaats:	Nijmegen
Cluster:	H
Docentbegeleider:	Mevrouw R. Wolfs
Datum:	9 juni 2015
Naam:	Veerle Timmers 492492

Managementsamenvatting

Het Radboudumc is een universitair medisch centrum. Zij bieden patiënten topklinische en topreferente zorg en hebben daarnaast een belangrijke maatschappelijke taak in het vergroten en verspreiden van kennis en kunde. De organisatie heeft drie uitgangspunten, namelijk: onderwijs, onderzoek en patiëntenzorg (Radboudumc, z.d.).

Het Radboudumc bestaat uit 13 organisatieonderdelen. De facilitaire voorzieningen zijn ondergebracht bij het servicebedrijf. Dit bedrijf bestaat uit 1000 medewerkers die elke dag hard werken aan de juiste ondersteuning voor collega's van het Radboudumc. Het servicebedrijf is verdeeld over zeven verschillende productgroepen. Binnen de productgroep 'Logistiek & Services' is de afdeling schoonmaak gepositioneerd. Contractmanager Schoonmaak van de afdeling schoonmaak is de opdrachtgever van dit afstudeerproject.

Afdeling schoonmaak meet de kwaliteit van de schoonmaak aan de hand van technische- en belevingsmetingen. De technische meting maakt gebruik van de VSR-controle en de DKS-controle. Deze technische metingen beperken zich tot het programma en gaan voorbij aan de beleving. Voor de belevingsmetingen gebruikt de afdeling schoonmaak een evaluatieformulier. Binnen het Radboudumc vullen 150 interne klanten dit evaluatieformulier in. Deze interne klanten zijn bedrijfsleiders, hoofden van verpleegafdelingen en secretariaten. De contactpersonen vertegenwoordigen hun afdeling/organisatieonderdeel en daarmee de (eind)gebruikers zijnde patiënten, medewerkers, studenten en bezoekers. Op basis van dit formulier scoren de schoonmaakmedewerkers een cijfer op het gebied van schoonmaakbeleving.

Sinds januari 2015 vraagt afdeling schoonmaak twee cijfers tijdens de evaluatiegesprekken, namelijk één voor de toereikendheid van het programma en één voor de invulling van het programma. Het streven is om per klant minimaal een 7 te behalen. De achtergrond van het streefcijfer 7 is binnen afdeling schoonmaak niet bekend. De vraag waarom een 7 en geen 8 kan niet beantwoord worden. Deze huidige meetsystematiek is door de onbekende achtergrond té subjectief, waardoor de vraag leeft of het meten van schoonmaakbeleving beter zou kunnen. De betrokken schoonmaakpartijen hebben twijfels bij de vragenformulering van het evaluatieformulier. Daarnaast geeft deze meetsystematiek geen zicht op de belangrijke elementen ten aanzien van schoonmaak, want wát vindt een medewerker, student, bezoeker of patiënt nou belangrijk in een ziekenhuis? De interne klanten beoordelen via het evaluatieformulier, maar stelt afdeling schoonmaak de juiste vragen en is de beoordelingsmethodiek juist?

Binnen het Radboudumc zijn er 172 enquêtes afgenomen onder patiënten, bezoekers, medewerkers en studenten. Zij hebben aangegeven wat voor hen de belangrijkste ruimtes, elementen en factoren ten aanzien van schoonmaak zijn.

Top	Belangrijkste ruimtesoorten	Belangrijkste elementen	Belangrijkste factoren
1	Onderzoeks-, Behandel- en Spreekkamer	Apparatuur en materiaal	Afval
2	Sanitaire ruimtes	Vloer	Geur
3	Laboratoria	Meubilair	Rommel
4	Verpleegkamers	Wanden	(Vinger) vlekken
5	Restauratieve ruimtes	Hoekjes, randen en richels	Stof

Tabel 1: Belangrijkste ruimtesoorten, elementen en beïnvloedende factoren ten aanzien van schoon volgens patiënten, bezoekers, medewerkers en studenten van het Radboudumc (Bron: Eigen werk, 2015)

De resultaten waren voor alle klantgroepen hetzelfde.

Daarnaast zijn er interviews gehouden bij drie adviesbureaus, drie hotels en vier academische ziekenhuizen. Deze interviews geven zicht in de manier waarop de organisaties schoonmaakbeleving meten. De informatie uit zowel desk- als fieldresearch, hebben geleid tot het advies aan het Radboudumc.

Advies

Afdeling schoonmaak van het Radboudumc dient schoonmaakbeleving te meten per zone. Uit de enquête die is afgenomen is gebleken welke ruimtes belangrijk zijn (ten aanzien van schoon) voor de klantgroepen van het Radboudumc.

Afdeling schoonmaak van het Radboudumc kan de belangrijke ruimtes indelen in de volgende zones:

Ruimtesoort	Zone
Onderzoeks-, Behandel- en Spreekkamers	Poli's
Sanitaire ruimtes	-
Laboratoria	Laboratoria
Verpleegkamers	Verpleegkamers
Restauratieve ruimtes	-

Tabel 2: Koppeling ruimtesoorten en zones in Radboudumc (Bron: Eigen werk, 2015)

Er is gekozen om te meten per zone. Binnen het Radboudumc zijn enquêtes afgenomen onder alle klantgroepen met de vraag welke ruimtes zij belangrijk vinden ten aanzien van schoonmaakbeleving. Alle klantgroepen vinden onderzoeks-, behandel- en spreekkamers, sanitaire ruimtes, laboratoria, verpleegkamers en restauratieve ruimtes van belang ten aanzien van de schoonmaakbeleving. Voor het meten van de beleving is gekeken naar de belangrijke ruimtes waar het type klantgroep aanwezig is. Er is geen koppeling mogelijk tussen ruimtesoort 'sanitaire ruimtes' en 'zone', aangezien afdeling schoonmaak hier geen contactpersoon kan toepassen. Ook aan de 'restauratieve ruimtes' is geen zone gekoppeld, aangezien het cateringbedrijf verantwoordelijk is voor de schoonmaakwerkzaamheden binnen de restauratieve ruimtes.

Binnen de zones vraagt afdeling schoonmaak naar de belangrijke ruimtesoorten door middel van een rapportcijfer. Men vraagt eerst naar een rapportcijfer, aangezien respondenten zo nog onbevangen antwoord kunnen geven. Daarna vraagt men belangrijke elementen en factoren die betrekking hebben op de ruimtesoort, door middel van een vijfpuntschaal. Hierdoor kan de respondent genuanceerder antwoord geven, waarna afdeling schoonmaak de resultaten kan vertalen in een prioriteitenmatrix.

Eerder is aangegeven dat het Radboudumc drie klantgroepen kent, namelijk: de patiënt en de bezoeker, de medewerker en de student. De belevingsmeting maakt ook gebruik van deze indeling, aangezien deze klantgroepen niet aanwezig zijn in alle ruimtesoorten. Dit zorgt voor de volgende indeling:

Soort klant	Meetruimtes
Patiënten en bezoekers	• Policlein; • Verpleegkamers.
Medewerkers	• Laboratoria; • Poli's; • Verpleegkamers; • Kantoren; • Onderwijsruimten.
Studenten	Studiecentrum Radboud Universiteit

Tabel 3: Ruimtesoorten voor belevingsmetingen binnen Radboudumc (Bron: Eigen werk, 2015)

Wat is er nou precies nodig voor het implementeren van dit advies?

- Gesprekken met contactpersonen;
- Software om de medewerker te bereiken;
- Software om de patiënt, bezoeker en student te bereiken;
- ASA studenten.

De gesprekken met de contactpersonen brengt geen extra kosten met zich mee, aangezien afdeling schoonmaak dit momenteel al doet. Om alle medewerkers, patiënten, bezoekers en studenten te bereiken, dient afdeling schoonmaak software te gebruiken. Naar schatting kost het advies zo'n €7.584 op jaarbasis.

Definities

Deskresearch

Deskresearch is het verzamelen van gegevens/informatie over een onderwerp uit bronnen als websites, databanken, catalogi, kranten, tijdschriften, archieven, in elektronische of papieren vorm en het integreren van die informatie met bestaande kennis.

Dimensies

Ruimtesoorten, elementen en factoren

Element

Een component binnen een ruimte.

Factoren

Dingen die invloed uitoefenen op de uiteindelijke schoonmaakbeleving van de klant.

Fieldresearch

Bij fieldresearch of veldonderzoek worden nieuwe gegevens (primaire data) verzameld en geanalyseerd. Het gaat dus om gegevens waar je zelf onderzoek voor hebt verricht: jouw eigen directe waarnemingen als onderzoeker in 'het veld'.

Healing environment

Een healing environment is een (fysieke) omgeving die zich er op richt om het welzijn van patiënten, familie en werknemers te bevorderen en hun stress te verminderen. We zien healing environments vooral terug in de zorg. Het doel hiervan is dat mensen hierdoor sneller genezen of, in ieder geval, dat de (fysieke) omgeving de situatie van ziek zijn niet vervelender maakt.

Interne klant

Medewerkers

Klantgroepen

Alle patiënten, bezoekers, medewerkers en studenten van het Radboudumc te Nijmegen.

Opdrachtgever

Contractmanager schoonmaak van het Radboudumc te Nijmegen

Topklinische zorg

Topklinische zorg is hooggespecialiseerde zorg, denk aan hartchirurgie, neurochirurgie, IVF, etc., waarvoor relatief dure en gespecialiseerde voorzieningen nodig zijn.

Topreferente zorg

Topreferente zorg is zorg die alleen in universitair medische centra kan worden geboden. Hierbij gaat het om moeilijke, dure of weinig voorkomende vormen van diagnostiek en behandeling. Deze vormen van zorg vereisen zeer specialistische kennis.

VSR

Vereniging Schoonmaak Research, een onafhankelijk platform voor alle marktpartijen in het schoonmaakonderhoud. VSR streeft naar verhoging van het professionele niveau van het schoonmaakvlak door onderzoek, voorlichting en opleiding.

VSR-KMS

Het VSR Kwaliteit Meet Systeem is een objectief meetsysteem binnen de professionele schoonmaak. Het VSR-KMS is statistisch onderbouwd en wordt uitgevoerd door opgeleide kwaliteitsinspecteurs of controleurs. Via het VSR-KMS kan men een oordeel geven over het wel of niet voldoen aan de contractvoorwaarden.

Zones

Bepaald afgebakend gebied

Voorwoord

Voor u ligt het eindrapport in de vorm van een adviesrapport. Dit eindrapport is het resultaat van mijn onderzoek naar het meten van schoonmaakbeleving in een academisch ziekenhuis. Het onderzoek is uitgevoerd voor afdeling schoonmaak van het Radboudumc te Nijmegen. Dit onderzoek is een mooie afsluiting van mijn opleiding Academie Dienenoor Facility Management aan de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen. Graag wil ik een aantal mensen bedanken voor de waardevolle bijdrage die zij hebben geleverd tijdens mijn afstudeerperiode. Ik wil mijn stagebegeleider, Maartje van de Wall, van het Radboudumc bedanken voor haar geweldige hulp en interesse in mijn onderzoek. Daarnaast wil ik mijn docentbegeleider, Roos Wolfs, bedanken voor haar enorme enthousiasme, feedback en de goede tips die zij mij gegeven heeft tijdens het afstudeeronderzoek. Tot slot wil ik de adviesbureaus, hotels en academische ziekenhuizen bedanken voor de tijd die zij hebben vrij gemaakt om mij te voorzien van informatie. Dit heeft geleid tot een mooie bijdrage aan het onderzoek, waardoor ik uiteindelijk mijn advies voor het Radboudumc heb kunnen schrijven.

Ik wens u veel plezier bij het lezen van mijn eindrapport!



Veerle Timmers
Nijmegen, 9 juni 2015

Inhoudsopgave

Managementsamenvatting	3
Definities	5
Voorwoord	6
Inleiding	9
1 Organisatiebeschrijving	11
1.1 De organisatie	11
1.2 Afdeling schoonmaak	11
2 Beschrijving afstudeeropdracht	13
2.1 Hoofd- en deelvragen	14
2.2 Afbakening onderzoek	15
3 Werkwijze	16
3.1 Oriëntatiefase	16
3.2 Onderzoeksfase	16
4 Resultaten theoretisch kader	19
4.1 Wat is beleving?	19
4.2 Wat is schoonmaakbeleving & waarom is het zo belangrijk?	20
4.3 Wat beïnvloedt de schoonmaakbeleving van de klant?	22
4.4 Welke aspecten van de verschillende ruimtesoorten spelen een belangrijke rol in de schoonmaakbeleving van de klant?	24
4.5 Wat zijn de manieren voor het meten van schoonmaakbeleving?	25
5 Resultaten empirisch kader	28
5.1 Welke ruimtesoorten spelen een belangrijke rol in de schoonmaakbeleving van de verschillende klantgroepen van het Radboudumc?	29
5.2 Welke elementen spelen een belangrijke rol in de schoonmaakbeleving van de verschillende klantgroepen van het Radboudumc?	29
5.3 Welke factoren beïnvloeden de schoonmaakbeleving van de verschillende klantgroepen van het Radboudumc?	30
5.4 Op welke wijze meten hotels en academische ziekenhuizen de schoonmaakbeleving?	30
6 Conclusies	31
6.1 Wat is (schoonmaak)beleving?	31
6.2 Wat zijn trends en ontwikkelingen op het gebied van schoonmaakbeleving en wat beïnvloedt de schoonmaakbeleving van de klant?	32
6.3 Wat beïnvloedt de schoonmaakbeleving van de klant?	32
6.4 Wat zijn de manieren voor het meten van schoonmaakbeleving?	33
6.5 Wat zijn volgens patiënten, bezoekers, medewerkers en studenten de belangrijke ruimten, elementen en aspecten ten aanzien van de schoonmaakbeleving in een academisch ziekenhuis?	34
6.6 Beantwoording hoofdvraag	35
7 Aanbevelingen en implementatieplan	36
7.1 Aanbevelingen voor het meten van schoonmaakbeleving bij medewerkers van het Radboudumc	36
7.2 Aanbevelingen voor het meten van schoonmaakbeleving bij patiënten, bezoekers en studenten van het Radboudumc	38
7.3 Implementatieplan	40
8 Evaluatie	42

Literatuurlijst	44
Bijlage A: Organogram afdeling schoonmaak	47
Bijlage B: Interne Analyse	48
Bijlage C : Omgevingsanalyse	54
Bijlage D: Aankondiging evaluatiegesprek en –formulier.	55
Bijlage E: Interviewvragen adviesbureau/ expert	58
Bijlage F: Vragenlijst schoonmaakbeleving	59
Bijlage G: Interviewvragen hotel / academisch ziekenhuis	61
Bijlage H: Labels adviesbureaus	62
Bijlage I: Labels Hotels & Academische ziekenhuizen	70
Bijlage J: Tabellen intern onderzoek	74
Bijlage K: Advies voor Radboudumc	77
Bijlage L: Vragenlijst aan medewerkers	83
Bijlage M: Vragenlijst aan patiënten, bezoekers en studenten	87

Inleiding

Dit adviesrapport is geschreven in het kader van het afstudeeropdracht van de opleiding Academie Dienenoort Facility Management aan de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen (HAN) te Nijmegen. Tijdens de laatste fase van deze opleiding voeren studenten een onderzoek uit voor een gastorganisatie.

Voor het schrijven van dit adviesrapport is een opdracht geworven bij het Radboudumc te Nijmegen. De organisatie bestaat uit 13 organisatieonderdelen, waaronder het servicebedrijf. Dit servicebedrijf is vervolgens onderverdeeld in zeven productgroepen. Binnen de productgroep 'Logistiek & Services' is de afdeling schoonmaak gepositioneerd. Afdeling schoonmaak meet de schoonmaakwerkzaamheden aan de hand van technische- en belevingsmetingen. De technische metingen scoren over het algemeen goed, maar de belevingsmetingen scoren minder goed.

Het vraagstuk voor afstudeeropdracht ligt met name op het gebied van schoonmaakbeleving. Momenteel meet afdeling schoonmaak de beleving onder 150 afdelingshoofden en bedrijfsleiders met twee rapportcijfers, maar is dit de juiste manier? Wat is schoonmaakbeleving nou eigenlijk?

Het boek 'Als Disney de baas was in uw ziekenhuis' van Fred Lee geeft een praktisch voorbeeld van schoonmaakbeleving in een ziekenhuis. Lee (2009, p.28-30) zegt over schoonmaakbeleving het volgende:

"Laten we aannemen dat schoonmaakster Susan een nieuwe schoonmaakster is binnen het ziekenhuis. Op haar eerste werkdag zegt zij tegen een patiënt: 'Meneer Lee, heb ik iets over het hoofd gezien?' En daarna zegt ze 'Heeft u verder nog iets nodig voordat ik wegga?' Meneer Lee zegt dat zijn urinaal gelegeerd moet worden. Ze antwoordt volgens het script: 'Ik zal de verpleegkundige voor u halen.' Vervolgens stapt Susan de wereld van de verpleegkundigen binnen en geeft meneer Lee zijn probleem door aan een verpleegkundige.

Susan:	Ik was net in de kamer van meneer Lee en hij vroeg me of zijn urinaal gelegeerd kon worden.
Verpleegkundige:	Hallo, ik ben Janet. Volgens mij heb ik je hier nog niet eerder gezien.
Susan:	Hallo, ik ben Susan en ik ben schoonmaakster op de huishoudelijke afdeling. Dit is mijn eerste werkdag.
Verpleegkundige:	(glimlachend) Welkom op onze afdeling, Susan. Dit is een fantastische afdeling. Ik hoop dat je je hier welkom voelt. Wat zei je dat meneer Lee nodig had?
Susan:	Zijn urinaal moet gelegeerd worden.
Verpleegkundige:	Fijn dat je het zegt. Hoe meer ogen en oren we hebben, des te beter. Leuk kennisgemaakt met je te hebben, Susan.

Natuurlijk hoeven deze woorden niet altijd letterlijk gebruikt te worden, maar de waardering voor de hulp van andere afdelingen moet expliciet geuit worden. Wanneer we de perceptie willen creëren dat we als 'team willen samenwerken', kunnen we de verpleegkundige instrueren om iets in de volgende trant te zeggen wanneer ze de kamer van meneer Lee binnenstapt.

Verpleegkundige:	Susan zei dat u graag wilde dat uw urinaal gelegeerd wordt.
Meneer Lee:	Susan?
Verpleegkundige:	Ja, de schoonmaakster die hier zojuist was. Zij heeft het me verteld.
Meneer Lee:	O ja.
Verpleegkundige:	(terwijl ze het urinaal verwijderd) Wist u dat het vandaag Susans eerste dag was? Ze lijkt me heel aardig, vindt u ook niet?

Wanneer het ziekenhuis een enquêteformulier aan meneer Lee stuurt met de vraag: 'Hoe goed werkte het personeel samen als team om voor u te zorgen?', wat zal meneer Lee zich dan herinneren? Hij zal zich waarschijnlijk herinneren dat een schoonmaakster zijn verzoek doorgaf aan een verpleegkundige, die waardering heeft voor het huishoudelijk personeel, omdat ze Susans naam kende en iets aardigs over Susan zei. Wat de verpleegkundige tegen meneer Lee zei over de schoonmaakster blijkt het grootste effect te hebben op zijn perceptie, niet de vraag: 'Heeft u nog iets anders nodig, ik heb tijd.'"

Leeswijzer

Hoofdstuk 1 beschrijft het Radboudumc en de afdeling schoonmaak.

Hoofdstuk 2 definieert de afstudeeropdracht door middel van een probleem- en doelstelling en geeft inzicht in de hoofd- en deelvragen die zijn gemaakt. Tevens vermeldt dit hoofdstuk de afbakening van het onderzoek.

Hoofdstuk 3 laat de werkwijze van dit onderzoek zien. Het onderzoek is verdeeld in twee fases: de oriënterende fase en de onderzoeksfase. Dit hoofdstuk beschrijft deze twee fases en geeft zicht in de activiteiten die tijdens deze fases zijn uitgevoerd.

Hoofdstuk 4 geeft antwoord op de theoretische deelvragen door middel van deskresearch en drie interviews bij adviesbureaus.

Hoofdstuk 5 beschrijft de resultaten door middel van 172 enquêtes onder verschillende klantgroepen van het Radboudumc en zeven interviews bij hotels en academische ziekenhuizen.

Hoofdstuk 6 geeft een korte conclusie op alle deelvragen. Dit is gedaan door middel van schematische afbeeldingen.

Hoofdstuk 7 beschrijft de aanbevelingen en het implementatieplan, waarbij afdeling schoonmaak van het Radboudumc schoonmaakbeleving kan meten.

Tot slot beschrijft **hoofdstuk 8** de discussie/evaluatie van dit onderzoek.

De **literatuurlijst** geeft inzicht in de gehanteerde bronnen en de **bijlagen** zijn ondersteunend aan de tekst in de hoofdstukken.

1 Organisatiebeschrijving

Dit hoofdstuk geeft een globale beschrijving van de organisatie aan de hand van een korte organisatiebeschrijving, een strategie-omschrijving en een visuele structuur. Daarnaast schenkt dit hoofdstuk aandacht aan de afdeling schoonmaak, aangezien zij de opdrachtgever voor het onderzoek zijn.

1.1 De organisatie

Het Radboudumc is een universitair medisch centrum. Zij bieden patiënten topklinische en topreferente zorg en hebben daarnaast een belangrijke maatschappelijke taak in het vergroten en verspreiden van kennis en kunde. De organisatie heeft drie uitgangspunten, namelijk: onderwijs, onderzoek en patiëntenzorg (Radboudumc, z.d.).

Het Radboudumc bestaat uit 13 organisatieonderdelen. De facilitaire voorzieningen zijn ondergebracht bij het servicebedrijf. Dit bedrijf bestaat uit 1000 medewerkers die elke dag hard werken aan de juiste ondersteuning voor collega's van het Radboudumc.

Het servicebedrijf is verdeeld over zeven verschillende productgroepen. In deze productgroep zijn ongeveer 500 enthousiaste medewerkers werkzaam. Zij zorgen ervoor dat patiënten, medewerkers en gasten zich welkom en verzorgd voelen. Binnen de productgroep 'Logistiek & Services' is de afdeling schoonmaak gepositioneerd. Contractmanager Schoonmaak van de afdeling schoonmaak is de opdrachtgever van dit afstudeerproject. Bijlage A laat het organogram van de schoonmaakorganisatie zien.

1.2 Afdeling schoonmaak

Zoals eerder vermeld is de afdeling schoonmaak een onderdeel van het servicebedrijf. Het servicebedrijf kent een eigen missie. Deze missie is afgeleid van de missie van het gehele Radboudumc. Onderstaande afbeelding laat de missie van zowel het Radboudumc als organisatie, het servicebedrijf als organisatie onderdeel en de missie van de productgroep Logistiek & Services zien.



Afbeelding 1: Missie Radboudumc, servicebedrijf en L&S (Bron: Kuijpers, 2014)

Afdeling schoonmaak kent geen eigen strategie, maar wel een eigen missie. Tevens is er geen facilitair beleid vanuit het servicebedrijf aanwezig. De missie van de afdeling schoonmaak luidt:

De afdeling schoonmaak als onderdeel van de productgroep Logistiek en Services staat voor het operationeel schoon en hygiënisch houden van alle gebouwen van het Radboudumc en de daarin aanwezige inventaris (technisch georiënteerd). Het ziekenhuis is schoon en patiënten, medewerkers, studenten en bezoekers ervaren dit ook als zodanig (belevingsaspect). (Kuijpers, 2014).

De afdeling schoonmaak wil toegevoegde waarde leveren aan het primaire proces van het Radboudumc. Dit willen zij op een klantgerichte, veilige en innovatieve wijze, tegen een economisch verantwoorde prijs. Hiervoor hebben zij tot op heden geen visie voor opgesteld.

De belangrijkste taken van de afdeling schoonmaak bestaan uit:

- + Zorg dragen voor de borging van de basiskwaliteit schoonmaak. Dit waarborgen zij door middel van werkprogramma's en schoonmaakprotocollen; Dit in nauwe samenwerking met externe leveranciers / onderaannemers / HIP;
- + Zorg dragen voor tevreden klanten middels overleg en terugkoppeling van (schoonmaak) resultaten.
- + Adviseren en ondersteunen van klanten t.a.v. (extra) schoonmaakwerkzaamheden en hier de regie over voeren.
- + Vrijhouden van het UMC van ongedierte door beheer en regievoering t.a.v. ongediertebestrijding.
- + Verzorgen van (eind)schoonmaak ten behoeve van (voorkomen van) MRSA, Klebsiella, Ebola, e.d. (Kuijpers, 2013).

De schoonmaakactiviteiten zijn deels in eigen beheer en deels uitbesteed aan de schoonmaakpartijen Asito Medical en Hago Zorg. Het eigen bedrijf meegerekend, zijn er dus drie verschillende schoonmaakpartijen verantwoordelijk voor de dagelijkse schoonmaakwerkzaamheden binnen het Radboudumc.

De uitbestede partijen hebben een contract van drie jaar, met vijf optie jaren. Wanneer een uitbestede partij een onvoldoende scoort bij een VSR-meting, compenseren zij dit door extra schoonmaak te leveren aan het Radboudumc. Voor de beleving krijgen de schoonmaakpartijen geen boete.

Bijlage B geeft een organisatiebeschrijving van afdeling schoonmaak weer. Bijlage C geeft inzicht in de omgevingsanalyse.

2 Beschrijving afstudeeropdracht

Dit hoofdstuk beschrijft de opdracht aan de hand van een aanleiding, achtergrond, probleemstelling en doelstelling. Daarnaast staan de hoofd- en deelvragen waarop dit onderzoek antwoord geeft vermeld in dit hoofdstuk.

Afdeling schoonmaak meet de kwaliteit van de schoonmaak aan de hand van technische- en belevingsmetingen. De technische meting maakt gebruik van de VSR-controle en de DKS-controle. Deze technische metingen beperken zich tot het programma en gaan voorbij aan de beleving. Voor de belevingsmetingen gebruikt de afdeling schoonmaak een evaluatieformulier. Binnen het Radboudumc vullen 150 interne klanten dit evaluatieformulier in. Deze interne klanten zijn bedrijfsleiders en hoofden van verpleegafdelingen. De contactpersonen vertegenwoordigen hun afdeling/organisatieonderdeel en daarmee de (eind)gebruikers zijnde patiënten, medewerkers, studenten en bezoekers. Op basis van dit formulier scoren de schoonmaakmedewerkers een cijfer op het gebied van schoonmaakbeleving. Bijlage D laat de aankondigingsmail en het evaluatieformulier zien.

De technische meting beoordeelt alleen of er voldaan is aan het programma. De belevingsmetingen gaan verder dan dat. Indien de technische meting voldoende scoort en de belevingsmeting onvoldoende, kan dit ook te maken hebben met de toereikendheid van het programma. Interne klanten vullen het evaluatieformulier in op basis van een rapportcijfer. Sinds januari 2015 vraagt afdeling schoonmaak twee cijfers tijdens de evaluatiegesprekken, namelijk één voor de toereikendheid van het programma en één voor de invulling van het programma. Het streven is om per klant minimaal een 7 te behalen. De achtergrond van het streefcijfer 7 is binnen afdeling schoonmaak niet bekend. De vraag waarom een 7 en geen 8 kan niet beantwoord worden. Deze huidige meetsystematiek is door de onbekende achtergrond té subjectief, waardoor de vraag leeft of het meten van schoonmaakbeleving beter zou kunnen. De betrokken schoonmaakpartijen hebben twijfels bij de vragenformulering van het evaluatieformulier. Daarnaast geeft deze meetsystematiek geen zicht op de belangrijke factoren ten aanzien van schoonmaak, want wát vindt een medewerker, student, bezoeker of patiënt nou belangrijk in een ziekenhuis? De interne klanten beoordelen via het evaluatieformulier, maar stelt afdeling schoonmaak de juiste vragen en is de beoordelingsmethodiek juist? Daarnaast speelt de taak van de interviewer een belangrijke rol, aangezien deze het gesprek kan sturen. De gegevens en het rapportcijfer uit het evaluatiegesprek worden in een Excel-bestand gezet. Deze gegevens geeft de afdeling schoonmaak tweemaal per jaar weer in een diaprojectie door middel van grafieken. De diaprojectie is alleen voor afdeling schoonmaak inzichtelijk. Afdeling schoonmaak neemt deze gegevens mee in een volgende aanbestedingsprocedure.

Er is weinig literatuur te vinden die aangeeft dat beleving minder belangrijk wordt. In de politiek wordt zelfs al gesproken over belevingsdemocratie meer dan dat het draait om feiten. Kwaliteit en inhoud worden van secundair belang: 'It's all about experience' (Mark Question Group, z.d., p.13).

Question Mark Group (z.d.) geeft aan dat er een aantal synoniemen voor beleving zijn, namelijk: ervaring, gewaarwording, perceptie, indruk, gevoel en waarneming. Gebouwgebruiker zijn in wezen te gast en willen gastvrijheid ervaren: warmte, welkom en veilig voelen maar ook gewaardeerd worden zijn de belangrijkste aspecten hierin (Question Mark Group, z.d., p.11). Klanten baseren hun beslissingen op onbewuste gevoelens. Volgens Wuring (2009) gaat het niet zozeer om wat de klanten van een bedrijf vinden, maar meer om hoe ze over zichzelf denken tijdens en na hun contact met een bedrijf.

Kortom: Afdeling schoonmaak beoordeelt de technische kwaliteit aan de hand van VSR-KMS en DKS-metingen, welke voldoende scoren. Afdeling schoonmaak voert met 150 interne klanten (afdelingshoofden en bedrijfsleiders) een evaluatiegesprek, waarin het belevingsformulier wordt ingevuld. De beleving scoort over het algemeen minder. De huidige belevingsmeting beperkt zich tot de medewerker en richt zich niet op de eindgebruiker/gast. Er is onderzoek nodig naar de wijze waarop afdeling schoonmaak de Kritische Succes Factoren van schoonmaakbeleving bij de gasten kan meten.

De probleemstelling van de afstudeeropdracht luidt:

Hoe kan afdeling schoonmaak van het Radboudumc de schoonmaakbeleving meten, zodat afdeling schoonmaak deze kan blijven verbeteren?

Tijdens het afstudeeronderzoek staat het meten van schoonmaakbeleving centraal. Contractmanager Schoonmaak wil graag weten waar bezoekers, patiënten, medewerkers en studenten op letten ten aanzien van schoonmaak. Wat zijn de factoren waar zij op letten en in welke ruimtesoorten vinden zij schoonmaak van groot belang?

*De doelstelling is afgeleid uit de probleemstelling. De doelstelling voor het onderzoek luidt:
Afdeling schoonmaak inzicht geven in de dimensies die de schoonmaakbeleving bij gebouwgebruikers bepalen, zodat afdeling schoonmaak dit kan meten en verbeteren samen met de leveranciers van de schoonmaakdienstverlening.*

2.1 Hoofd- en deelvragen

Het onderzoek geeft antwoord op de hoofdvraag, namelijk:

Het onderzoek geeft antwoord op één hoofdvraag, welke is gesplitst in een onderzoeks- en een adviesvraag.

Onderzoeksvraag:
Welke dimensies zijn voor afdeling schoonmaak van het Radboudumc belangrijk bij het meten van schoonmaakbeleving volgens literatuuronderzoek, experts, academische ziekenhuizen en hotels ?

Adviesvraag:
Op welke wijze kan afdeling schoonmaak van het Raboudumc de schoonmaakbeleving meten?

Om deze hoofdvraag te beantwoorden zijn er verschillende deelvragen gemaakt. Deze deelvragen zijn verdeeld in een Theoretisch, Empirisch en Analytisch kader (TEA).

Theoretisch kader

Het theoretisch kader bestaat uit de volgende deelvragen:

1. Wat is beleving? En wat is schoonmaakbeleving?
2. Wat zijn trends en ontwikkelingen op het gebied van schoonmaakbeleving?
3. Wat beïnvloedt de schoonmaakbeleving van de klant?
4. Welke aspecten van de verschillende ruimtesoorten spelen een belangrijke rol in de schoonmaakbeleving van de klant?
5. Wat zijn de manieren voor het meten van schoonmaakbeleving?

Empirisch kader

Het empirisch kader bestaat uit de volgende deelvragen:

1. Welke ruimtesoorten spelen een belangrijke rol in de schoonmaakbeleving van deze verschillende klantgroepen van het Radboudumc?
2. Welke aspecten spelen een belangrijke rol in de schoonmaakbeleving van deze verschillende klantgroepen van het Radboudumc?
3. Wat beïnvloedt de schoonmaakbeleving van deze verschillende klantgroepen van het Radboudumc?
4. Op welke wijze meten hotels en academische ziekenhuizen de schoonmaakbeleving?

Analytisch kader

Het analytisch kader beantwoordt de volgende vraag:

Wat kan afdeling Schoonmaak van Radboudumc leren van de literatuur, van experts en van hotels en academische ziekenhuizen voor het kiezen van de dimensies die belangrijk zijn voor het meten van de schoonmaakbeleving in een academisch ziekenhuis?

De methode van onderzoek staat beschreven in hoofdstuk 3.

2.2 Afbakening onderzoek

Het onderzoek richt zich op het meten van schoonmaakbeleving van de schoonmaakwerkzaamheden binnen het Radboudumc te Nijmegen. Het onderzoek kent de volgende beperkingen, namelijk:

- ✚ Het onderzoek richt zich op de wijze van schoonmaakbeleving meten en *niet* op het verhogen van de schoonmaakbeleving;
- ✚ Het onderzoek richt zich op de wijze van beleving van schoonmaakwerkzaamheden en *niet* op schoonmaakbeleving van verschillende processen;
- ✚ Het onderzoek richt zich op de drie partijen Radboud eigen beheer, Asito Medical en Hago Zorg. Het onderzoek richt zich niet op de andere kleinere schoonmaakpartijen, aangezien zij niet met kwaliteitsmetingen werken;
- ✚ In dit onderzoek wordt geen meetinstrument ontwikkeld, maar de aanzet tot het ontwikkelen van een meetinstrument.

3 Werkwijze

Dit hoofdstuk beschrijft de opzet van het onderzoek. Het onderzoek is te onderscheiden in twee fases, namelijk de oriëntatiefase en de onderzoeksfase.

3.1 Oriëntatiefase

In de oriëntatiefase is het van belang om het Radboudumc en specifiek de afdeling schoonmaak beter te leren kennen. Aan het eind van deze fase is een Plan van Aanpak opgeleverd. Het project staat in dit plan in detail beschreven. Tijdens deze fase zijn verschillende activiteiten uitgevoerd, namelijk:

Praktijk-ervaring

Op 4, 5 en 6 februari 2015 is er gekeken op de werkvloer. Alle partijen (Asito Medical, Hago Zorg & Eigen beheer) hebben laten zien hoe zij de schoonmaakwerkzaamheden binnen het Radboudumc uitvoeren.

Kennismakingsgesprekken

In kalenderweek 6 en 7 (2015) hebben er 10 kennismakingsgesprekken met de medewerkers van afdeling schoonmaak plaatsgevonden. Contractmanager schoonmaak (stagebegeleider) heeft deze gesprekken ingepland. In dit gesprek vertelden de medewerkers over de functie die zij vervullen en welke taken zij uitvoeren binnen de afdeling. Daarnaast is in dit gesprek informatie uitgewisseld betreft het afstudeeronderzoek.

Oriënterende gesprekken

In de eerste weken zijn veel gesprekken met zowel stage- als docentbegeleider gevoerd. In deze gesprekken werd het doel van zowel de stage- als de docentbegeleider duidelijk. Door middel van deze gesprekken is het Plan van Aanpak tot stand gekomen.

Deskresearch

In de voorbereidende fase is begonnen met deskresearch door middel van literatuur, websites als OSB, VSR, FMN en FMI en vaktijdschriften Facto, FMI en Servicemanagement.

3.2 Onderzoeksfase

Het onderzoek is verdeeld in drie kaders, namelijk:

-  Theoretisch kader;
-  Empirisch kader;
-  Analytisch kader.

Theoretisch kader

In deze fase is begonnen met deskresearch door middel van websites als OSB, VSR, FMN en FMI en vaktijdschriften Facto, FMI en Servicemanagement. Door middel van de literatuur zijn er vragen voor de adviesbureaus geformuleerd. De adviesbureaus die zijn geïnterviewd zijn specifiek uitgekozen, aangezien zij verschillende artikelen over schoonmaakbeleving op het internet gepubliceerd hebben. De geïnterviewde adviesbureaus zijn:

-  Adviesbureau Atir te Almere;
-  Adviesbureau Twente Quality Center te Hengelo;
-  Key Quality te Sittard.

Bijlage E geeft de vragenlijst voor de adviesbureaus weer.

Onderstaand schema beschrijft wanneer, waar en met wie de interviews gehouden zijn. Tevens beschrijft dit schema waarom er gekozen is voor dit adviesbureau.

	Atir	Twente Quality Center	Key-Quality
Datum	9 april 2015	10 april 2015	15 april 2015
Tijdstip	14:00 uur	14:00 uur	10:00 uur
Plaats	Almere	Hengelo	Sittard
Geïnterviewde	Margriet van Dijken	Gerard Berendsen	Mieke Mulders
Functie	Directrice Question Mark Group	Directeur TQC	Projectmanager
Verantwoording	Margriet van Dijken schrijft verschillende artikelen over schoonmaakbeleving in vakbladen, waardoor het interessant is om te kijken hoe zij schoonmaakbeleving meten.	Gerard Berendsen heeft voor VSR onderzoek gedaan naar het meten van schoonmaakbeleving in kantoorgebouwen. Er is een interview ingeplant om te kijken hoe hij naar schoonmaakbeleving meten kijkt.	Mieke Mulders meet schoonmaakbeleving bij verschillende organisaties namens Key-Quality. Dit adviesbureau heeft verschillende berichten over schoonmaakbeleving op internet gepubliceerd, waardoor het interessant is om te kijken hoe de projectmanager deze metingen aanpakt.

Tabel 4: Interviewschema adviesbureaus (Bron: Eigen werk, 2015)

De literatuur en de adviesbureaus hebben gezorgd voor informatie voor het empirische kader.

Empirisch kader

Het empirische kader bestaat uit twee soorten onderzoek, namelijk kwantitatief en kwalitatief.

Kwantitatief

Het kwantitatieve onderzoek geeft antwoord op onderstaande vragen:

- Welke ruimtesoorten spelen een belangrijke rol in de schoonmaakbeleving van deze verschillende klantgroepen van het Radboudumc?
- Welke aspecten spelen een belangrijke rol in de schoonmaakbeleving van deze verschillende klantgroepen van het Radboudumc?
- Wat beïnvloedt de schoonmaakbeleving van deze verschillende klantgroepen van het Radboudumc?

Het kwantitatieve onderzoek maakt gebruik van een enquête. Bijlage F geeft deze enquête weer.

Kwalitatief onderzoek

Het kwalitatieve onderzoek geeft antwoord op de vraag:

- Op welke wijze meten hotels en academische ziekenhuizen de schoonmaakbeleving?

Aangezien het ziekenhuis van de toekomst steeds meer gaat lijken op een hotel, is er gekozen om te kijken hoe hotels schoonmaakbeleving meten. Er is contact gezocht met verschillende hotels. De hotels die schoonmaakbeleving meten zijn benaderd voor een interview.

De academische ziekenhuizen die aangaven aan schoonmaakbeleving te doen, zijn benaderd voor een interview. Vanwege de tijd is er gekozen om vier interview met academische ziekenhuizen te houden.

Zowel de hotels als de academische ziekenhuizen hebben aangegeven op welke wijze zij schoonmaakbeleving meten. Bijlage G geeft de vragenlijst voor hotels en academische ziekenhuizen weer.

Onderstaand schema beschrijft wanneer, waar en met wie de interviews gehouden zijn.

	Mercure Hotel	Park Plaza Hotel	NH Conference Centre Koningshof
Datum	29 april 2015	30 april 2015	7 mei 2015
Tijdstip	16:00 uur	12:30 uur	10:30 uur
Plaats	Nijmegen	Eindhoven	Veldhoven
Geïnterviewde	Jurriaan Theloosen	Lilian Oomen	Erwin Katzenbauer
Functie	Rooms Division Manager	Housekeeping manager	Housekeeping Quality & Coordination Manager

Tabel 5: Interviewschema hotels (Bron: Eigen werk, 2015)

Verantwoording: Al deze geïnterviewde personen gaven per mail aan dat zij schoonmaakbeleving meten. Om inzicht te krijgen in de manier waarop zij meten, is een afspraak gemaakt met degene die voor de schoonmaak verantwoordelijk is.

Onderstaand schema beschrijft wanneer, waar en met wie de interviews gehouden zijn.

	AMC	VUmc	Erasmus MC	AzM
Datum	1 mei 2015	1 mei 2015	11 mei 2015	12 mei 2015
Tijdstip	10:00 uur	13:00 uur	12:15 uur	15:00 uur
Plaats	Amsterdam	Amsterdam	Rotterdam	Maastricht
Geïnterviewde	Eric Agterberg	Ellen de Thouars (VUmc) & Chahira El Hamdaoui (Asito)	Mieke van der Veeken (Erasmus MC) & Vincent van Schie (Hago Zorg)	Ine Vrij
Functie	Locatiemanager AMC (Hago Zorg)	Unithoofd schoonmaakonderhoud en textile (VUmc) & Objectleider Asito	Contractmanager & Locatiebeheerder Hago Zorg	Kwaliteitsinspecteur schoonmaak

Tabel 6: Interviewschema academische ziekenhuizen (Bron: Eigen werk, 2015)

Verantwoording: Al deze geïnterviewde personen gaven per mail aan dat zij schoonmaakbeleving meten of gemeten hebben. Om inzicht te krijgen in de manier waarop zij meten, is een afspraak gemaakt met degene die voor de schoonmaak verantwoordelijk is.

Alle interviews zijn opgenomen en volledig uitgeschreven. Hierdoor is de betrouwbaarheid van de interviewresultaten vergroot.

Analytisch kader

Dit kader vergelijkt de literatuur met de praktijk. Dit kader geeft antwoord op de vraag:

- Wat kan afdeling Schoonmaak van Radboudumc leren van de literatuur, van experts en van hotels en academische ziekenhuizen voor het kiezen van de dimensies die belangrijk zijn voor het meten van de schoonmaakbeleving in een academisch ziekenhuis?

4 Resultaten theoretisch kader

Dit hoofdstuk beantwoordt de deelvragen van het theoretische onderzoek.

Theoretisch kader

Het theoretische kader schenkt aandacht aan de relevante literatuur op het gebied van klant- en schoonmaakbeleving. Het literatuuronderzoek maakt gebruik van een selectie managementboeken over het begrip klant- en schoonmaakbeleving. Verder is gezocht in de databases van Google, HAN Studiecentra en HBO kennisbank naar artikelen op het gebied van beleving meten. Naast databanken is gekeken op websites van OSB, VSR, FMN en FMI en tijdschriften Facto, FMI en Servicemanagement.

4.1 Wat is beleving?

Deze deelvraag geeft inzicht in het begrip beleving. Wat is beleving?

Volgens dhr. van Hal (2014) bedoelen we met beleving alle ervaringen op het gebied van product, omgeving en gedrag. Een beleving is eigenlijk alles wat we voelen, horen, zien, ruiken en proeven. Het gaat dus om alle zintuiglijke aspecten. Huisvesting en facilitaire dienstverlening spelen daarbij een grote rol.

Thijssen, Groen en Pijls (2009) geven aan dat beleving een continue en interactief proces van doen en ondergaan, van actie en reflectie die zin en betekenis geven aan persoonlijke, sociaal-culturele, economische en maatschappelijke contexten in de fysieke en in de virtuele wereld.

Om het begrip 'beleving' meer tastbaar te maken, is gekozen voor een praktisch voorbeeld voor klantbeleving in de gezondheidszorg.

"Henk (75) is hartpatiënt. Hij is getrouwd met Elisa (72) en heeft twee kinderen en vier kleinkinderen. Iedereen van familie tot vrienden maakt zich zorgen over Henk. Zal hij de hartoperatie overleven? De medische ingreep is complex en noodzakelijk. Vijf bypasses moeten worden aangelegd. De huisarts, de apotheker, de cardioloog, de verpleegkundigen en de chirurg zijn allen betrokken bij de behandeling. Om veel onzekerheid voor te zijn, legt de cardioloog Henk en Elisa uit wat de behandeling inhoudt en wat de risico's zijn en geeft brochures om thuis rustig door te lezen. Het doel van Henk is overleven. Hij wil de behandeling ondergaan om weer gezond thuis te kunnen leven. Op de dag van opname in het ziekenhuis wordt met Elisa afgesproken dat zij gedurende de operatie elk uur zal worden gebeld hoe een en ander er voorstaat en dat zij zodra de operatie klaar is uitgenodigd zal worden om Henk weer te zien. Elisa en de kinderen wachten in spanning de telefoontjes af. De operatie duurt drie uur en drie telefoontjes later kan Elisa vergezeld door haar dochter naar het ziekenhuis om Henk te zien bijkomen van de zware operatie en te steunen. De operatie is geslaagd en Henk komt na een week weer thuis. De verzekeraar betaalt de rekening.

De operatie is een onvergetelijke beleving. Elisa is vooral tevreden over de telefoontjes van de verpleging tijdens de operatie. Hierdoor konden zij en de kinderen beter omgaan met de haast ondraaglijke onzekerheid of Henk de operatie wel zou overleven.

Het voorbeeld van Henk en zijn familie als 'klant' van de medische sector geeft aan dat vele partijen zijn betrokken bij zijn gezondheid. Hij is klant van de verzekeraar en een scala van medische professionals. De klantbeleving is geplaatst in de persoonlijke, sociaal / culturele context (familie en vrienden, verzorging, verpleging, behandeling) en fysieke context (thuis, huisarts, apotheek, ambulance en ziekenhuis). Voor, tijdens en na de operatie doet en ondergaat hij een groot aantal gesprekken, diagnoses, behandelingen, verpleging en verzorging die zin en betekenis hebben. De zintuigen zijn bij al deze ontmoetingen actief betrokken. De beleving gaat gepaard met wisselende emoties variërend van angst (bang voor de risico's), tot boosheid (waarom ik?), tot plezier (de operatie is geslaagd!) en afschuw (waarom moet ik met zoveel mensen op één zaal?). " (Thijssen, T. & Groen, B & Pijls, R., 2009)

EW Facility Services (z.d.) vult daarop aan dat klantbeleving begint bij het eerste bezoek aan de website van een organisatie. Het gaat verder met de aankomst op de parkeerplaats, het melden bij de receptie tot en met het gebruik van het toilet of het bedrijfsrestaurant (EW Facility Services, z.d.).

Meijer (2010) definieert het begrip klantbeleving als volgt:

“De klantbeleving wordt gevormd door een verwachting die een klant heeft van een organisatie of een merk en door perceptie van een directe en indirecte interactie met een organisatie of merk. De klant heeft directe interactie met de producten, de diensten, de medewerkers en de processen van de organisatie. Elk bewust en onbewust contact met een organisatie of een merk kan leiden tot een positieve of negatieve klantbeleving. Om de perceptie van de organisatie in stand te houden of te verbeteren moet de klantbeleving minimaal voldoen aan de verwachting van de klant of deze overtreffen. De totale klantbeleving is een continu proces van aanpassing door objectieve en subjectieve beoordelingen van de verwachting en de perceptie van een organisatie of een merk.”

4.2 Wat is schoonmaakbeleving & waarom is het zo belangrijk?

In de vorige deelvraag is het begrip beleving uitgebreid besproken. Een beleving is een gebeurtenis binnen een context van een situatie. Maar wat is schoonmaakbeleving?

Klanttevredenheid en kwaliteitsbeleving zijn twee verschillende zaken. Kwaliteitsbeleving is volgens Key-Quality (z.d.) breder. Naast klachten spelen ook de wensen en verwachtingen van de opdrachtgever een grote rol bij beleving (Key-Quality, z.d.).

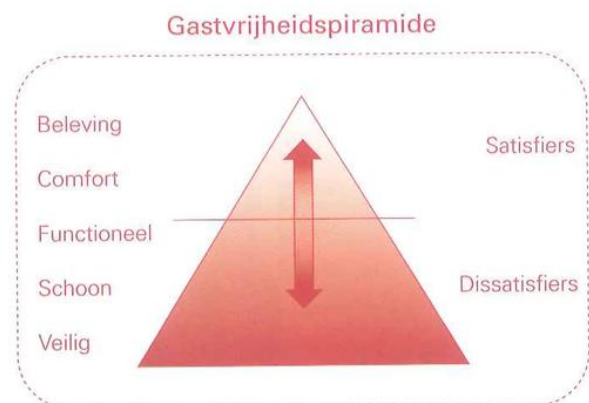
Planetree (2012) geeft aan dat de kwaliteit die de cliënt beleeft anders is dan de technische kwaliteit van schoonmaak. In de beleving speelt goede informatie over, de cliënt betrekken bij, ruiken van schoonmaakmiddelen en zien van grondig poetsen een belangrijke rol.

Fred Lee (2009) geeft in de inleiding een voorbeeld over schoonmaakbeleving in een ziekenhuis.

Er is weinig literatuur te vinden die aangeeft dat beleving minder belangrijk wordt. In de politiek wordt zelfs al gesproken over belevingsdemocratie meer dan dat het draait om feiten. Kwaliteit en inhoud worden van secundair belang: *‘It’s all about experience’* (Question Mark Group, z.d.).

De gastvrijheidspiramide laat zien dat gastvrij zijn en gastvrij ervaren te koppelen is aan een hiërarchische ordening van behoeften. Als de omgeving van iemand niet veilig, schoon en functioneel is, is het lastig ervoor te zorgen dat een ander een comfortabel gevoel ervaart. Ook zal hij geen oprechte belangstelling kunnen opbrengen voor een optimale positieve beleving van een ander. Gastvrijheidsmanagement moet dan ook voorzien in bepaalde basisvoorwaarden. Pas als die aanwezig zijn, is een hoger niveau van aandacht mogelijk (van Dijken, 2015)

Dit model is toe te passen op het onderwerp schoonmaakbeleving binnen het Radboudumc.



Afbeelding 2: Gastvrijheidspiramide (Bron: van Dijken, 2015)

Een patiënt zit in de wachtkamer van een ziekenhuis en ziet allerlei stof, spinnenraggen, zand en rommel op de vloer liggen. Op dit moment kan de receptioniste nog zo lief lachen en de stoel waar de patiënt op zit nog zo comfortabel zijn, maar de patiënt heeft primair de behoefte aan een schoon ziekenhuis. Wanneer hij dat niet krijgt, zal hij nooit kunnen genieten van de comfortabele stoelen en de gastvrije receptioniste.

Wanneer de patiënt zich gastvrij wil voelen in het Radboudumc, dient de patiënt zich eerst veilig te voelen binnen het Radboudumc. Daarna is het erg belangrijk dat de patiënt een schoon ziekenhuis ervaart. Pas na het bereiken hiervan, kan de patiënt zich comfortabel voelen.

Volgens Question Mark Group (z.d.) zijn de termen 'Beleving' en 'Hospitality' niet meer weg te denken uit de doelstelling van facilitaire diensten en leveranciers. Verwachting is dat dit de komende jaren explosief zal toenemen. Men ondergaat een beleving met de zintuigen, want ze zien, horen, ruiken, voelen en proeven en koppelen dit aan een gevoel die zij erbij ervaren. Volgens Question Mark Group (z.d.) is beleving 'dat wat de klant ervaart.' Binnen facilitaire diensten, en dus schoonmaak, kan men dit vertalen naar een gevoel van gastvrijheid. Visies en doelstellingen van bedrijven zijn op dit gebied zeer actueel: Een optimale gastvrijheid realiseren, gastvrije medewerkers, continue klanttevredenheid bereiken, klantgerichtheid, klantbeleving, optimale hospitality beleving etc. Allemaal ten doel om een enthousiaste klant en een 'wauw-effect' te bereiken.

Question Mark Group (z.d.) stelt 'Perceptie is de waarheid'. Wat de klant ervaart is zijn of haar waarheid en dat is waar het uiteindelijk om draait. Hoe beter de werkelijke beleving aansluit bij de verwachte beleving, des te enthousiaster de klanten zijn.

*Tell me and I will forget
Show me and I will remember
Involve me and I will understand*

Er is weinig literatuur te vinden die aangeeft dat beleving minder belangrijk wordt. In de politiek wordt zelfs al gesproken over belevingsdemocratie meer dan dat het draait om feiten. Kwaliteit en inhoud worden van secundair belang: *'It's all about experience'* (Question Mark Group, z.d.).

Dat beleving erg belangrijk is, staat buiten kijf. Maar waarom is beleving in de schoonmaakbranche zo belangrijk? Waarom is het resultaat van de technische meting 'alleen' niet meer voldoende? Hierop geven de adviesbureaus antwoord.

Wat is volgens adviesbureaus het doel van schoonmaakbeleving meten?

Er is een interview gehouden met drie adviesbureaus, namelijk:

-  Atir te Almere;
-  Twente Quality Center te Hengelo;
-  Key Quality te Sittard.

De interviews zijn volledig uitgetypt, waarna er labels zijn gemaakt. De labels staan in bijlage H.

Steeds meer organisaties schenken aandacht aan het meten van beleving. Maar waarom? Volgens mevrouw van Dijken (persoonlijke mededeling, 9 april 2015) zou het resultaat van de technische meting gelijk moeten zijn aan de uitkomst van de belevingsmeting. Deze vergelijking van de resultaten van een belevingsmeting met de resultaten van de technische meting kan leiden tot nieuwe afspraken met de schoonmaakdienstverlener voor meer of een betere dienstverlening.

Ook de heer Gerard Berendsen (persoonlijke mededeling, 10 april 2015) geeft aan dat organisaties belevingsmetingen uitvoeren om te achterhalen of het schoonmaakwerkprogramma toereikend genoeg is. Uiteindelijk kun je met het resultaat van de belevingsmeting sturen naar een beter resultaat. Mieke Mulders (persoonlijke mededeling, 15 april 2015) vult hierop aan dat opdrachtgevers aan de hand van de uitkomst van de belevingsmeting het werkprogramma kunnen aanpassen, zodat uiteindelijk ook de beleving omhoog gaat.

Volgens alle geïnterviewde adviesbureaus bestaat er een groot verband tussen de technische meting en de belevingsmeting. Volgens Margriet van Dijken (persoonlijke mededeling, 9 april 2015) kijkt men bij een technische meting of de schoonmaakdienstverlener voldoet aan de gemaakte afspraken. Wanneer een belevingsmeting onvoldoende scoort betekent het volgens haar niet dat de schoonmaakdienstverlener zijn taken niet goed heeft uitgevoerd, het betekent dat het programma niet voldoende is. Ook de heer Gerard Berendsen (persoonlijke mededeling, 10 april 2015) geeft aan dat men met een technische meting alleen weet wat er objectief gescoord is. Zowel M. Van Dijken (Atir) en G. Berendsen (TQC) hebben een systeem waarmee ze de technische kwaliteit aan de belevingskwaliteit koppelen. Hierdoor kunnen ze een vergelijking maken en indien het niet gelijk is, het schoonmaakprogramma aanpassen.

4.3 Wat beïnvloedt de schoonmaakbeleving van de klant?

Zoals al eerder beschreven meten veel organisaties de klantbeleving ten aanzien van schoonmaak. Wat beïnvloedt hen mening op het gebied van schoonmaakbeleving? Deze deelvraag geeft inzicht op basis waarvan klanten hen mening op het gebied van schoonmaakbeleving vormen.

Psycholoog dhr. De Lange (2012) stelt dat geur invloed heeft op het gedrag van mensen. Geur beïnvloedt de stemming van mensen en daarmee ook wat ze vinden en vervolgens doen. Een mooi voorbeeld hiervan is de versgebakken appeltaart in een huis dat te koop staat. Hierop vult hij aan dat een specifieke geur een doel in mensen kan 'wakker maken.' Onderzoekers hebben al eens vastgesteld dat proefpersonen in een laboratoriumomgeving meer plannen maken om schoon te maken, wanneer er een geur van een schoonmaakmiddel hangt (Duisterwinkel, 2012).

Er zijn verschillende manieren om invloed uit te oefenen op de schoonbeleving van klanten en gebouwgebruikers. Volgens van Dijken (2015) is hierin de volgende indeling mogelijk:

1. Schoonmaakproces;
2. Geuren, kleuren, temperatuur en materialen;
3. Communicatie.

Schoonmaakproces

Van Dijken (2015) geeft hetzelfde aan als het onderzoek van Hago Zorg (z.d.), namelijk: het tijdstip van schoonmaken is van grote invloed op de beleving van gebouwgebruikers. Overdag schoonmaken biedt veel kansen om de beleving positief te beïnvloeden. Hierover is door Hago Zorg (z.d.) onderzoek gedaan en zij hebben de menukaart bedacht. Hierin geven gebouwgebruikers hun wensen en eisen aan, wat vervolgens als basis voor de schoonmaakwerkzaamheden geldt. Doordat schoonmaakmedewerkers overdag schoonmaken hebben ze de kans om met hun werkhouding, uitstraling en communicatie representatief over te komen, waardoor ze positief kunnen inspelen op het onderdeel schoonmaakbeleving. Ook de materialen die schoonmaakmedewerkers gebruiken zijn een zichtbaar onderdeel van beleving. Zo heeft het gebruik van ecologisch verantwoorde middelen een positieve bijdrage, net zoals het scheiden van afval.

Geuren, kleuren, temperatuur en materialen

Geur beïnvloedt het gevoel van reinheid. Men associeert citroengeur met schoon, maar ook met goedkoop. Men associeert chloor met hygiënisch schoon. Schoonmaakbedrijven gebruiken diverse geuren om invloed uit te oefenen op de psyche.

Daarnaast is het belangrijk dat de temperatuur in een ruimte past bij het gebruik van de ruimte. Warmte kan prettig zijn, maar kan ook bacteriegroei stimuleren. Te warme, vochtige of natte ruimten werken niet positief op de schoonmaakbeleving.

Naast temperatuur, is kleur ook een belangrijke factor in een ruimte. Uit onderzoek is gebleken dat een kleur in een ruimte moet passen bij de gemoedstoestand van mensen die er verblijven en wat men verwacht in een bepaalde ruimte. De kleur wit roept een gevoel van hygiëne op. Wanneer de kleur wit wordt gebruikt in combinatie met de kleur zwart, lijkt de kleur wit nóg witter en draagt het bij aan het gevoel van hygiënisch schoon.

Wat geldt voor geuren en kleuren, geldt ook voor de verlichting. Verlichting heeft een indirect gevoel op beleving. De verlichting moet passen bij het gebruik van de ruimte.

Er zijn verschillende afwerkmaterialen mogelijk. Tegels kunnen in kleur, grootte en materiaal verschillen en daarmee iets anders uitstralen. Daarnaast zijn er verschillende materialen die de schoonmaakbeleving beïnvloeden, zoals bijvoorbeeld wc-brillen die automatisch worden gereinigd, een reinigingsmiddel in een spuitfles voor toiletbrilreiniging en decoraties als de bekende 'vlieg' in het urinoir. Deze 'snufjes' dragen bij aan een positieve invloed op de schoonmaakbeleving, omdat gebruikers door de aanwezigheid van deze toepassingen de toiletten als minder vervuild ervaren.

Communicatie

Tot slot de factor welke men niet snel realiseert: communicatie! Door verwachtingen te managen en duidelijk te zijn over activiteiten, schoonmaakwerkzaamheden en de resultaten, kan op de beleving worden gestuurd. Een schone omgeving is ook in verband te brengen met het gevoel van "welkom" zijn. Naast het gastvrijheidsgevoel kan schoonmaak ook een veilig gevoel geven, namelijk een veilig, schoon en hygiënisch verantwoord gebouw.

Ook Van der Pluijm (2011) heeft onderzoek naar de harde- en zachte factoren van schoonmaak gedaan. In 2011 heeft van der Pluijm namens HospitalityConsultants verschillende experimenten op het gebied van harde- en zachte factoren onderzocht. Middels de experimenten is het effect van de volgende harde en zachte factoren in relatie tot de schoonmaakdienstverlening op klanttevredenheid onderzocht:

Harde factoren	
Frequentie sanitair schoonmaak	De frequentie van de sanitairschoonmaak is in alle gevallen minimaal met één of meerdere serviceniveaus gereduceerd.
Frequentie kantorschoonmaak	De frequentie van de kantorschoonmaak is in alle gevallen minimaal met één of meerdere serviceniveaus gereduceerd.

Tabel 7: Harde factoren schoonmaak (Bron: van der Pluijm, 2011)

Het reduceren van de schoonmaakfrequentie is van geringe invloed op de mate van klanttevredenheid. Het effect van reductie van de schoonmaakfrequentie is bij verschillende organisaties onderzocht en het effect was in alle experimenten hetzelfde: het reduceren van de schoonmaakfrequentie gedurende vier weken veroorzaakte geen significante daling of stijging in de klanttevredenheid.

Zachte factoren	
Geur	Geur is op verschillende wijze getoetst. Enerzijds is gekeken naar wat het effect is van een verhoogde geurintensiteit, anderzijds is het effect van de geur zelf onderzocht. Deze is getoetst door middel van het plaatsen van geursystemen in sanitaire ruimten.
Kleur	Kleur is onderzocht door het plaatsen van gekleurde sanitaire voorzieningen in sanitaire ruimten.
Mate van invloed	Mate van invloed is onderzocht door het introduceren van een concept 'schoonmaak à la carte', waar eindgebruikers via kaartjes op de bureaus aan konden geven welk element in hun werkplek extra schoonmaak aandacht verdiende die dag.
Communicatie	Het effect van communicatie, oftewel 'verwachtingsmanagement' is onderzocht door de frequenties van de schoonmaak en andere 'wist-jedatjes via kaartjes na afloop van de schoonmaakronde op bureaus te plaatsen.

Tabel 8: Zachte factoren schoonmaak (Bron: van der Pluijm, 2011)

De zachte factoren had in alle gevallen een positief effect op de klanttevredenheid. Daarnaast is uit dit onderzoek gebleken dat de inzet van een zachte factor op één vlak (geur in sanitair) een positief effect kan hebben op de tevredenheid op een ander vlak (werkplekschoonmaak).

Wat zeggen adviesbureaus over de factoren die schoonmaakbeleving beïnvloeden?

Er is een interview gehouden met drie adviesbureaus, namelijk:

-  Atir te Almere;
-  Twente Quality Center te Hengelo;
-  Key Quality te Sittard.

De interviews zijn volledig uitgetypt, waarna er labels zijn gemaakt. De labels staan in bijlage H.

Bij het meten van schoonmaakbeleving onder verschillende doelgroepen, is het volgens van mevrouw van Dijken (persoonlijke mededeling, 9 april 2015) van belang welke factoren de verschillende doelgroepen belangrijk vinden. Zij geeft aan dat verschillende factoren invloed hebben op de schoonmaakbeleving van de gebouwgebruiker, waaronder onder andere de staat van onderhoud van het gebouw.

Volgens Gerard Berendsen (persoonlijke mededeling, 10 april 2015) hebben gebouwgebruikers een perceptie met betrekking tot de schoonmaakbeleving. Het is belangrijk dat omgevingsfactoren niet meespelen in deze perceptie, zodat men een zuivere perceptie meet. Bij het meten van schoonmaakbeleving is het volgens hem erg belangrijk om de omgevingsfactoren buiten beschouwing te laten. Omgevingsfactoren zijn factoren waar men zelf geen invloed op uit kan oefenen. Twente Quality Center wil eind 2015 onderzoek doen naar het verband tussen omgevingsfactoren en het resultaat van een schoonmaakbeleving.

4.4 Welke aspecten van de verschillende ruimtesoorten spelen een belangrijke rol in de schoonmaakbeleving van de klant?

De resultaten uit deze deelvraag zijn uit deskresearch voortgekomen.

VSR (2014) heeft in 2013 onderzoek naar belangrijke factoren in de verschillende ruimtesoorten ten aanzien van schoonmaak gedaan. Dit onderzoek hebben zij uitgevoerd binnen kantoorgebouwen. Een eerste conclusie uit het onderzoek uit 2013 is dat de eindgebruiker per type ruimte wisselende eisen heeft ten aanzien van de feitelijke schoonmaak. Verschillende typen ruimtes zijn bijvoorbeeld de werkplek, toiletruimte, kantine, gangen, liften en ontvangsthal. Dit betekent dus dat de concrete factoren die de kwaliteitsbeleving bepalen, verschillen per ruimtesoort. Een tweede conclusie is dat verschillende typen ruimtes in verschillende mate invloed hebben op de totale kwaliteitsbeleving van de eindgebruiker. Ruimtesoorten die door eindgebruikers zijn gedefinieerd als belangrijk en indicatief voor de kwaliteitsbeleving zijn: de ontvangsthal, de werkplek, toiletruimtes, de koffiehoeke en de kantine. De gangen, trappen, lift en overige typen ruimtes bleken ondergeschikt voor eindgebruikers. VSR neemt de 'onbelangrijke ruimtes' niet mee bij het meten van schoonmaakbeleving. (VSR, 2014, p.11).

Onderstaand figuur geeft aan welke ruimtesoorten eindgebruikers als belangrijk/onbelangrijk zien (VSR, 2014).

Belangrijke ruimtesoorten volgens eindgebruikers	Onbelangrijke ruimtesoorten volgens eindgebruikers
Ontvangsthal	Gangen
Werkplek	Trappen
Toiletruimte	Lift
Koffiehoeke	Overige type ruimtes
Kantine	

Tabel 9: Belangrijke- en onbelangrijke ruimtesoorten voor eindgebruikers volgens VSR (Bron: Eigen werk, 2015)

De typen ruimtes die wel belangrijk worden gevonden geven een voldoende valide en betrouwbare indicatie van de kwaliteitsbeleving. Om deze reden worden deze ruimtes indicatorruimtes genoemd. Over elk van deze indicatorruimtes is in de vragenlijst een blok met stellingen opgenomen. Elk blok gaat dus over een ander type ruimte en bestaat uit een aantal stellingen die ingaan op factoren die voor dat type ruimte bepalend zijn voor de kwaliteitsbeleving. Een deel van deze stellingen gaat over de feitelijke schoonmaak terwijl een ander deel betrekking heeft op omgevingsfactoren die specifiek op het betreffende type ruimte van toepassing zijn (VSR, 2014).

Uit het eerdere onderzoek zijn naast indicatorruimtes ook indicatieve aspecten naar voren gekomen die indicatoraspecten worden genoemd. Ook hier geldt dat enkel de indicatoraspecten in de vragenlijsten worden bevraagd, omdat deze een voldoende betrouwbaar en valide inzicht geven in de kwaliteitsbeleving van eindgebruikers (VSR, 2014, p.12)

De aspecten die indicatief en belangrijk zijn, zijn per type ruimte hieronder aangegeven.

Indicator Ruimte →	Ontvangsthal	Werkplek	Toiletruimte	Koffiehoeke	Kantine
Indicator-Aspect					
Fysieke aspecten	-Vloer -Ramen -Meubilair -Balie	-Vloer -Muren -Ramen -Bureaublad -Stoelen	-Vloer -Muren -Wasbak -Toiletpot -Spiegel	-Vloer -Meubilair -Gootsteen -Aanrechtblad -Witgoed	-Vloer -Meubilair -Buffetvitrine -Servies en bestek

		-PC, telefoon en toebehoren -Kasten -Radiatoren en vensterbanken		-Koffie- apparaat	
Niet fysieke aspecten	-Afval- inzameling	-Afval- inzameling	-Geur -Sanitaire artikelen -Afval- inzameling	-Afval- inzameling	-Afval- inzameling

Tabel 10: Indicatoraspecten per ruimte volgens VSR (Bron: Eigen werk, 2015)

Het onderzoek uit 2013 heeft factoren in kaart gebracht die betrekking hebben op de feitelijke schoonmaak, maar ook acht indicatieve omgevingsfactoren die de kwaliteitsbeleving in de schoonmaakbranche beïnvloeden. Deze omgevingsfactoren zijn:

- ✚ Zichtbaarheid van de schoonmaakmedewerker;
- ✚ Uitstraling van de schoonmaakmedewerker;
- ✚ Kennis van schoonmaakafspraken;
- ✚ Invloed die de eindgebruiker kan uitoefenen op de schoonmaak;
- ✚ Bijdrage die collega's leveren aan het schoonhouden (Clean-Desk policy);
- ✚ Humeur van de eindgebruiker;
- ✚ Staat van het onderhoud;
- ✚ Uitstraling van de inrichting (VSR, 2014, p.15).

Zoals eerder vermeld zijn er zowel harde- als zachte factoren van elkaar te onderscheiden. Van der Pluijm (2011) heeft verschillende onderzoeken verricht waaruit bleek dat geur een significante stijging in de tevredenheid onder eindgebruikers veroorzaakte. Communicatie bleek ook erg invloedrijk.

De invloed van een zachte factor op één vlak (bijvoorbeeld geur in sanitair) kan een positief effect hebben op de tevredenheid op een ander vlak (werkplekschoonmaak).

4.5 Wat zijn de manieren voor het meten van schoonmaakbeleving?

Er zijn talloze artikels geschreven over het verbeteren en beïnvloeden van schoonmaakbeleving, maar hoe meet je nou wat de gast/klant van de schoonmaakbeleving vindt?

Deze deelvraag geeft antwoord op de vraag: welke manieren zijn er voor het meten van schoonmaakbeleving?

De resultaten zijn deels voortgekomen uit deskresearch en deels uit diepte interviews met adviesbureaus.

Facilitair aanbieder 'EW Facility Services' ontwikkelde de nieuwe dienst klantbelevingsmanagement in samenwerking met CFS, dat is gespecialiseerd in het meten en verbeteren van klantbeleving. EW Facility Services was al actief in het positief beïnvloeden van de beleving van eindgebruikers, maar hoe kan die beleving nou gemeten worden?

Hierbij werd gezocht naar een meetsysteem dat past in de huidige tijdgeest en dat real time de beleving kan meten. De ervaring is dat traditionele klanttevredenheidsonderzoeken en mystery-guestonderzoeken alleen hieraan niet voldoen. Dat zijn immers momentopnamen en spelen onvoldoende in op de actualiteit. Uit eigen onderzoek van EW Facility Services (z.d.) bleek dat mensen bereid zijn een aantal vragen te beantwoorden, maar dan wel wanneer het hen uitkomt, met een beperkt aantal specialistische vragen, maximaal vijf of zes. Ook willen deelnemers na zo'n deelneming terugkoppeling". (EW Facility Services, z.d.).

Tell-Us! Is een systeem waar zowel de opdrachtgever als EW Facility Services toegang toe heeft. Volgens EW Facility Services (z.d.) is het de kunst om een meetsysteem in te zetten dat medewerkers en gasten verleidt een oordeel te geven. Met het systeem Tell-Us! Kan de respondent op twee manieren deelnemen, namelijk door vragen te beantwoorden op een tablet die ergens in het pand op een console staat geïnstalleerd, of met een QR-code. De resultaten uit het systeem koppelt EW Facility Services direct door aan de operationele afdeling van de betreffende organisatie. Het advies van EW Facility Services is om enkele open vragen te stellen, aangezien respondenten hierdoor de kans krijgen om antwoorden toe te lichten (EW Facility Services, z.d.).

Op de Hogeschool van Rotterdam is schoonmaakbedrijf GOM op 15 december 2014 gestart met het meten van schoonmaakbeleving onder de gebouwgebruikers. Schoonmaakbedrijf GOM doet dit door middel van de applicatie 'SchoonR'. Dit is een online applicatie, waarop de gast via de mobiele telefoon of tablet zijn mening kan geven op het moment dat het hen uitkomt (GOM, z.d.). De facility hosts nemen zelf deze enquêtes af bij de gebouwgebruikers met behulp van een iPad (Facto, 2014).

Daarnaast heeft schoonmaakbedrijf GOM een andere methode waarmee ze de schoonmaakbeleving van eindgebruikers kunnen meten. Het zogenaamd QR Quality Systeem is een online applicatie, waarmee de gast met zijn of haar smartphone de QR van toiletten, entrees of andere belangrijke ruimten kan scannen. Door als gebouwgebruiker de QR te scannen en het antwoord geven op de vragen, levert de gast feedback op de schoonmaakwerkzaamheden van een organisatie. Met deze tool kan de tevredenheid van eindgebruikers ten aanzien van schoonmaak worden vastgesteld. Het invullen van de vragenlijst gebeurt anoniem, waardoor het geven van respons op de schoonmaakwerkzaamheden erg laagdrempelig is (GOM, z.d.).

Een heel praktische, eenvoudige en klantvriendelijke tool is de Happy-meter. Deze meter bestaat uit vier smiley-drukknoppen, twee rode en twee groene. Het zijn smileys voor iedereen te begrijpen en door iedereen te gebruiken. Met een gemiddelde respons van 50 tot 80% overtreft de Happy-meter de gangbare tevredenheidsenquêtes met gemak: de funfactor nodigt uit tot het geven van een reactie (CSU, 2013). Met alleen het plaatsen van de Happy-meter verbeter je de klanttevredenheid natuurlijk niet (FMM, z.d.). Volgens hen is het van belang om de juiste vragen te stellen, de antwoorden goed te interpreteren en vervolgens ook iets met de gegevens te doen.

Wat zeggen de adviesbureaus over het meten van beleving?

Er is een interview gehouden met drie adviesbureaus, namelijk:

- ✚ Atir te Almere;
- ✚ Twente Quality Center te Hengelo;
- ✚ Key Quality te Sittard.

De interviews zijn volledig uitgetypt, waarna er labels zijn gemaakt. De labels staan in bijlage H.

Adviesbureau Atir neemt de enquête digitaal af met een iPad. Zij geven mensen een iPad en gaan vervolgens met deze iPad langs de verschillende ruimtesoorten. Ook adviesbureau Twente Quality Center neemt de enquête af via een website. De website past de vragen automatisch aan, op basis van de antwoorden die de respondent geeft. Hierdoor is het niet mogelijk om de vragenlijst op papier af te nemen. Adviesbureau Key Quality neemt al hun enquêtes online af. Dit betekent dat ze alle medewerkers een link sturen, waarmee zij de vragenlijst kunnen invullen. Respondenten vullen de vragenlijst anoniem in.

Meetinstrument Atir

Adviesbureau Atir werkt bij veel organisaties met smileys. Zij vragen respondenten of ze blij zijn en of ze het schoon vinden, een smiley vult men makkelijker in omdat het dichterbij het gevoel staat. Een smiley ligt dichterbij je gevoel dan een cijfer, aangezien daar geen normering achter zit. Je wilt geen normering van respondenten bij het beoordelen van schoonmaakbeleving, je wilt een gevoel. Smileys kun je achteraf nog vertalen naar een cijfer.



Afbeelding 3: Smileys (Bron: Eigen werk, 2015)

Adviesbureau Atir meet per ruimtesoort. Mensen kunnen vier smileys invullen: een boze, een negatieve, een neutrale en een vrolijke smiley. Atir zet de uitkomst van de belevingsmeting af tegen de uitkomst van de technische meting. Hierdoor komen er vier kolommen:

- ✚ Eerste kolom: Ruimtesoort
- ✚ Tweede kolom: Smiley technische meting
- ✚ Derde kolom: Smiley belevingsmeting
- ✚ Vierde kolom: Balans technische meting en belevingsmeting

Voor- en nadelen van smileys volgens de adviesbureaus

- + Het haalt het effect van die cijfers eruit. Je kan vervolgens wel na die tijd de smiley koppelen aan een cijfer (van Dijken, 2015).

- + Bij een lager niveau zijn smileys veel sprekender (Mulders, 2015).
- + Smileys zijn op de eerste oogopslag iets makkelijker want daar ben je tegenwoordig wel heel bekend mee door alle smartphones en dergelijke (Berendsen, 2015).
- Smileys zijn alleen maar bedoelt om de gemoedstoestand te weergeven (Berensen, 2015).
- Smileys zijn meer geschikt voor een driepuntschaal en dan heb je niet veel differentiatie en dat vind ik jammer voor de prioriteitenmatrix (Mulders, 2015).

Meetinstrument Twente Quality Center (TQC)

Adviesbureau TQC heeft voor VSR een systeem ontwikkeld waarmee ze de enquête online kunnen afnemen. De website past de vragen automatisch aan, op basis van de antwoorden die de respondent geeft. In de enquête worden vijf indicatorruimtes bevraagd. Het is belangrijk om respondenten naar recente belevingen te vragen. Wanneer zij niet tevreden zijn, is het van belang om te weten wat zij concreet hebben aangetroffen. Wanneer je weet wáár en wát het is, kun je erop sturen.

Meetinstrument Key Quality

Adviesbureau Key Quality neemt de belevingsmeting af via een link, welke medewerkers via de mail ontvangen. In het begin van de vragenlijst vraagt adviesbureau Key Quality een totaalcijfer voor de algehele schoonmaak. Deze vraagt men in het begin, aangezien men dan nog onbevangen antwoord kan geven. De vragenlijst is opgebouwd uit een aantal ruimtesoorten. Per ruimtesoort vraagt men eerst om een rapportcijfer te geven voor die ruimtesoort waarna er een aantal aspecten komen waarop respondenten antwoord dienen te geven door middel van een schaal van positieve en negatieve antwoordmogelijkheden. Adviesbureau Key Quality vraagt naar aspecten, aangezien hiermee en prioriteitenmatrix gemaakt kan worden. Hierdoor kan de opdrachtgever zien op welke punten minder goed gescoord wordt door de schoonmaakdienstverlener.

5 Resultaten empirisch kader

Het empirische kader maakt gebruik van zowel kwantitatief, als kwalitatief onderzoek. Voor het beantwoorden van deelvraag 5.1 tot en met 5.3 is gebruik gemaakt van een enquête is die afgenomen binnen het Radboudumc te Nijmegen onder 172 respondenten.

De deelvragen van het empirische kader zijn:

1. Welke ruimtesoorten spelen een belangrijke rol in de schoonmaakbeleving van deze verschillende klantgroepen van het Radboudumc?
2. Welke aspecten spelen een belangrijke rol in de schoonmaakbeleving van deze verschillende klantgroepen van het Radboudumc?
3. Wat beïnvloedt de schoonmaakbeleving van deze verschillende klantgroepen van het Radboudumc?
4. Op welke wijze meten hotels en academische ziekenhuizen de schoonmaakbeleving?

Deskresearch en adviesbureaus gaven geen inzicht in de indicatorruimtes en indicatoraspecten in kantooromgevingen. Om te achterhalen wat de indicatorruimtes en indicatoraspecten ten aanzien van schoonmaakbeleving in een academisch ziekenhuis zijn, is een enquête uitgezet binnen het Radboudumc. De enquête is uitgezet bij alle klantgroepen, om te zien of er verschil is in belangrijke ruimtes, elementen of aspecten. Deze enquête is te vinden in bijlage F.

In totaal zijn er 172 enquêtes afgenomen. Onderstaand tabel beschrijft de verdeling van deze respondenten.

Soort gast	Aantal respondenten
Patiënten en bezoekers	65
Medewerkers	60
Studenten	47

Tabel 11: Respondentgegevens (Bron: Eigen werk, 2015)

Deze enquêtes zijn schriftelijk afgenomen op de volgende afdelingen:

- ✚ Poliplein;
- ✚ Poli KNO;
- ✚ Hoofdingang;
- ✚ Studiecentrum;
- ✚ Researchtoren;
- ✚ Verpleegafdeling Heelkunde;
- ✚ Verpleegafdeling Neurologie.

Verantwoording locaties

De locaties zijn in overleg met managementteam schoonmaak vastgesteld. Dit is een mix van zowel nieuwe als oude gebouwen waar alle klantgroepen van het Radboudumc aanwezig zijn.

Het doel van de enquête is om te weten te komen waar alle doelgroepen van het Radboudumc op letten ten aanzien van schoon. Onderstaand tabel geeft een overzicht van de locatie met het aantal respondenttypen.

Enquêteerplaats	Totaal aantal respondenten	Aantal Bezoekers/ Patiënten	Aantal Medewerkers	Aantal Studenten
Poliplein	32	23	8	1
Poli KNO	11	5	6	0
Hoofdingang	27	19	7	1
Studiecentrum	39	0	8	31
Researchtoren	36	2	21	13
Verpleegafdeling Heelkunde	18	11	6	1
Verpleegafdeling Neurologie	9	5	4	0

Tabel 12: Aantal respondenten per enquêteerplaats (Bron: Eigen werk, 2015)

Deelvraag 5.4 is beantwoord door middel van diepte-interviews bij hotels en academische ziekenhuizen.

5.1 Welke ruimtesoorten spelen een belangrijke rol in de schoonmaakbeleving van de verschillende klantgroepen van het Radboudumc?

Binnen het Radboudumc zijn verschillende klantgroepen aanwezig. Welke ruimtesoorten vinden zij belangrijk ten aanzien van schoon? Respondenten dienden hierbij te rangschikken op een schaal van 1 tot 10, waarbij 1 het meest belangrijk en 10 het minst belangrijk.

TOP 10 Ruimtesoorten

Rangschikking	Beïnvloedende factoren
1	Onderzoeks-, Behandel- en Spreekkamer
2	Sanitaire ruimte
3	Laboratoria
4	Verpleegkamer
5	Restauratieve ruimte
6	Wachtruimte
7	Werkplek/Kantoor
8	Hoofdingang
9	Algemene ruimte
10	Anders, namelijk

Tabel 13: Top 10 ruimtesoorten schoonmaakbeleving (Bron: Eigen werk, 2015)

5.2 Welke elementen spelen een belangrijke rol in de schoonmaakbeleving van de verschillende klantgroepen van het Radboudumc?

Waar let men dan op in deze ruimtes? Deze vraag is gesteld aan 172 respondenten binnen het Radboudumc. Respondenten dienden hierbij te rangschikken op een schaal van 1 tot 10, waarbij 1 het meest belangrijk en 10 het minst belangrijk.

Top 7 Elementen

Rangschikking	Beïnvloedende factoren
1	Apparatuur & Materiaal
2	Vloeren
3	Meubilair
4	Wanden
5	Hoekjes, randen en richels
6	Ramen
7	Anders, namelijk

Tabel 14: Top 7 elementen schoonmaakbeleving (Bron: Eigen werk, 2015)

5.3 Welke factoren beïnvloeden de schoonmaakbeleving van de verschillende klantgroepen van het Radboudumc?

Wat beïnvloedt de schoonmaakbeleving het meest van deze verschillende klantgroepen? Deze vraag is gesteld aan 172 respondenten binnen het Radboudumc.

Respondenten dienden hierbij te rangschikken op een schaal van 1 tot 10, waarbij 1 het meest belangrijk en 10 het minst belangrijk.

Top 10 Beïnvloedende factoren

Rangschikking	Beïnvloedende factoren
1	Afval
2	Geur
3	Rommel
4	Stof & Spinnenraggen
5	(Vinger) vlekken
6	Staat van onderhoud gebouw
7	Zichtbaarheid schoonmaakmedewerker
8	Aftekenlijst van schoonmaak
9	Presentatie & Communicatie van schoonmaakmedewerker
10	Anders, namelijk

Tabel 15: Top 10 beïnvloedende factoren schoonmaakbeleving (Bron: Eigen werk, 2015)

5.4 Op welke wijze meten hotels en academische ziekenhuizen de schoonmaakbeleving?

Interviews met hotels en academische ziekenhuizen kunnen antwoord geven op deze deelvraag. Er is gekozen voor hotels, aangezien een ziekenhuis steeds meer gaat lijken op een hotel. Eerder waren ziekenhuizen functionele gebouwen, maar ziekenhuizen gaan steeds meer werken met kleur, geur, licht en healing environment. Een branche die goed aansluit op de beleving van de gast is de hotelbranche. Er zijn drie hotels en vier academische ziekenhuizen geïnterviewd.

De resultaten van het AMC zijn niet gelabeld, aangezien zij niet bezig zijn met het meten van schoonmaakbeleving. Het AzM is tevens niet meer bezig met het meten van schoonmaakbeleving, maar heeft dit in het verleden wel gedaan. Er is gekozen om deze gegevens wel mee te nemen, aangezien zij vroeger schoonmaakbeleving hebben gemeten. Deze gegevens kunnen gelabeld worden.

De resultaten uit de interviews met hotels en academische ziekenhuizen zijn gelabeld in een tabel. Deze tabel is te vinden in bijlage I.

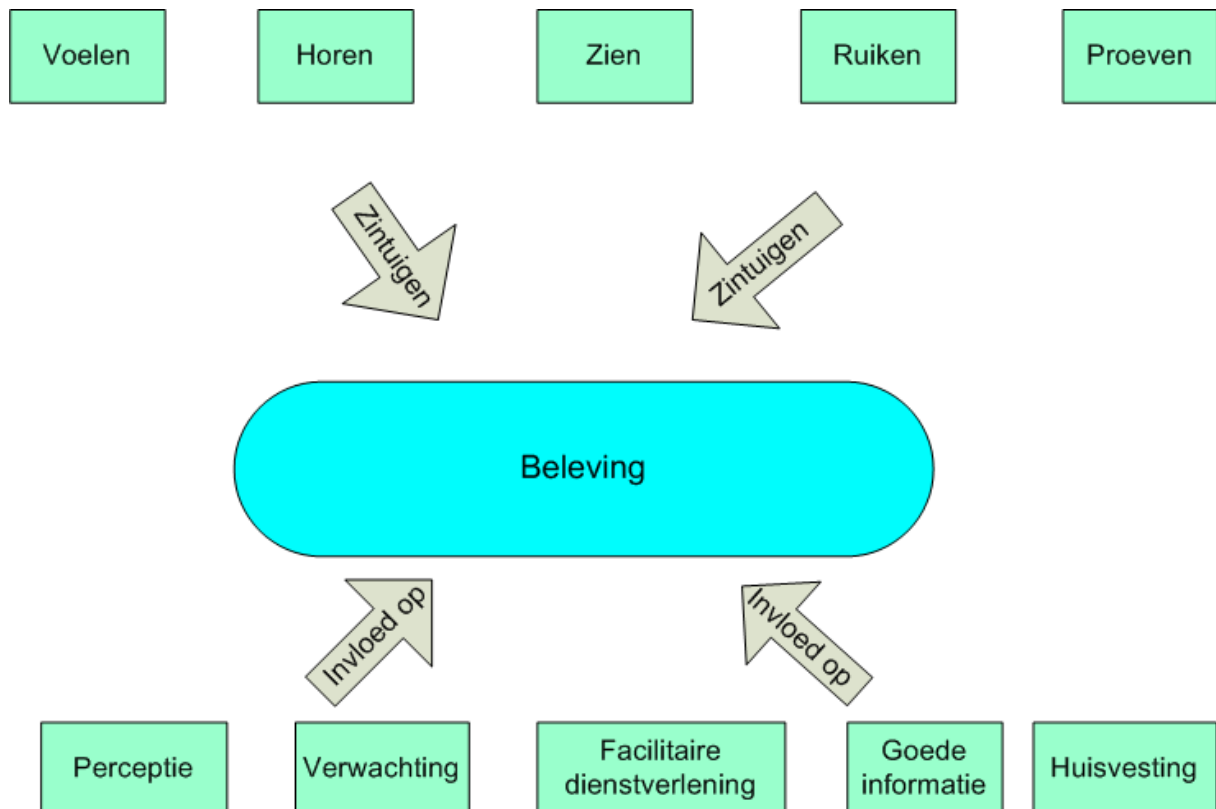
6 Conclusies

Dit hoofdstuk geeft een conclusie van zowel de theoretische- als de empirische vragen. Volgens DutchCowboys (2013) begrijpen mensen complexe beschrijvingen beter wanneer ze foto's of afbeeldingen zien. Dit hoofdstuk geeft met een visuele weergave antwoord op de deelvragen uit het onderzoek.

6.1 Wat is (schoonmaak)beleving?

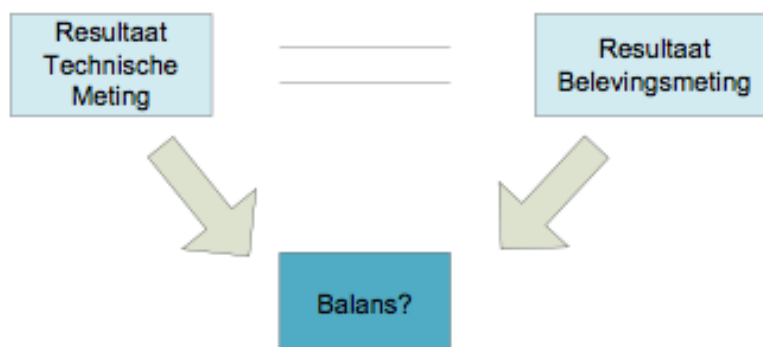
Het thema 'Beleving' is top of mind van Facilitair Managers. Visies en doelstellingen schenken steeds meer aandacht aan de termen hospitality, beleving en gastvrijheid met als doel: de enthousiaste klant.

Onderstaande afbeelding geeft weer welke zintuigen de beleving maken en welke aspecten invloed hebben op de beleving van de klant.



Afbeelding 4: Zintuigen en aspecten die schoonmaakbeleving beïnvloeden (Bron: Eigen werk, 2015)

Het doel van schoonmaakbeleving is om te kijken of het werkprogramma toereikend genoeg is. Met andere woorden: is het werkprogramma voldoende? Wanneer er een balans bestaat tussen technische kwaliteit en beleving, dan is de balans goed. Wanneer de technische kwaliteit goed maar de belevingsmeting niet, dan zul je het schoonmaakprogramma aan dienen te passen.



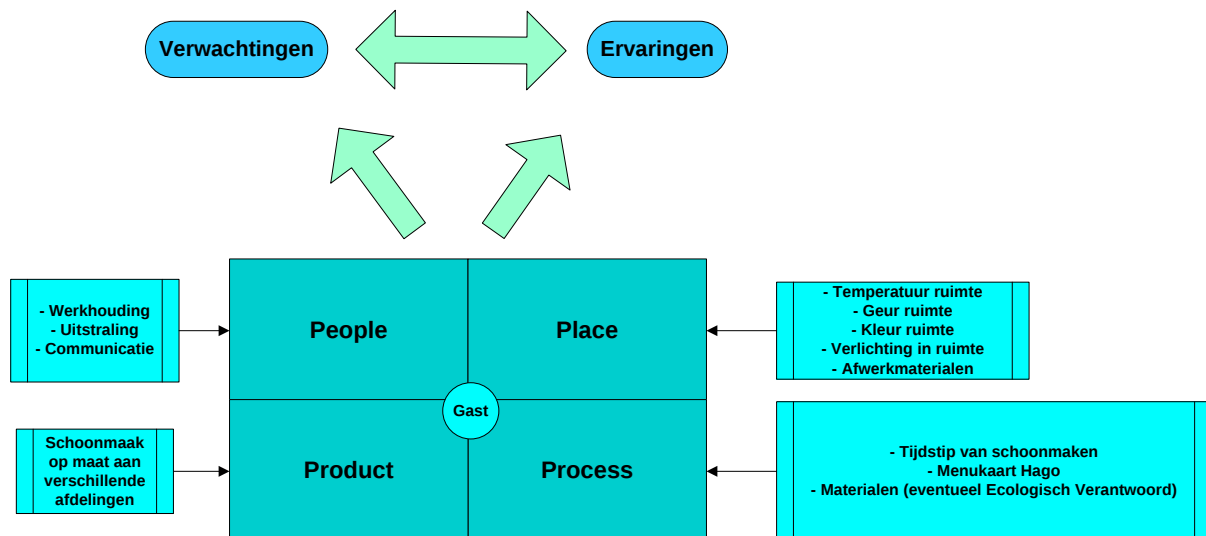
Afbeelding 5: Doel schoonmaakbeleving meten

(Bron: Eigen werk, 2015)

6.2 Wat zijn trends en ontwikkelingen op het gebied van schoonmaakbeleving en wat beïnvloedt de schoonmaakbeleving van de klant?

Aan de hand van het 4P-model kunnen organisaties invullen welke succesfactoren zij kunnen ontwikkelen om gastvrijheid te implementeren in de bedrijfsvoering. Deze deelvraag heeft antwoord gegeven op de vraag: welke factoren beïnvloeden de schoonmaakbeleving van de klant?

Deze factoren kunnen in het 4P-model gezet worden, waardoor duidelijk is met welke factoren zij de schoonmaakbeleving kunnen beïnvloeden.

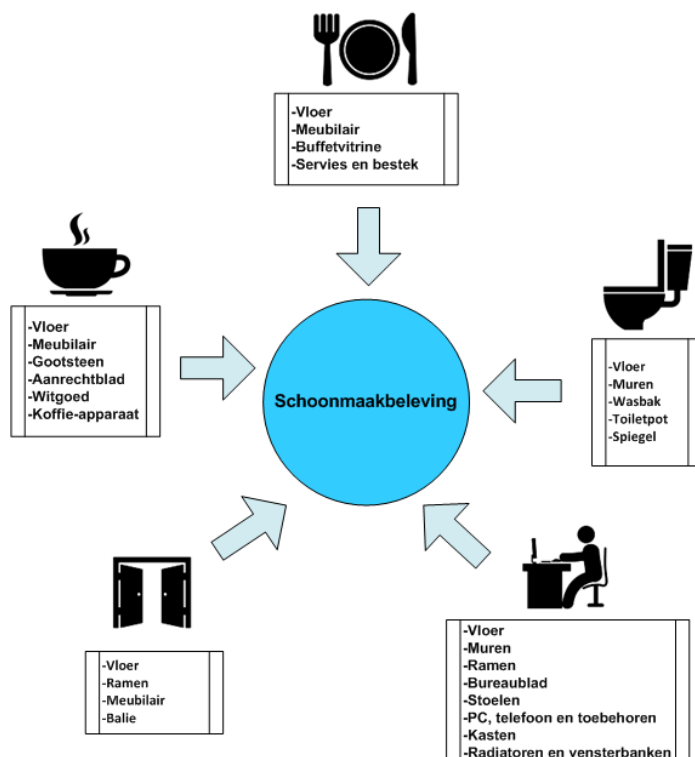


Afbeelding 6: Factoren die verwachtingen en ervaringen op het gebied van schoonmaakbeleving beïnvloeden (Bron: Eigen werk, 2015)

Deze factoren beïnvloeden de verwachtingen en ervaringen van de klant.

6.3 Wat beïnvloedt de schoonmaakbeleving van de klant?

Er zijn verschillende aspecten die directe invloed op schoonmaakbeleving hebben. VSR stelt dat dit verschilt per ruimtesoort. Aangezien zij werken met vijf indicatorruimtes zijn alleen de indicatoraspecten van deze ruimtesoorten beschreven. Het onderzoek van VSR is verricht in kantoorgebouwen.



Afbeelding 7 Vijf indicatorruimtes en indicatoraspecten in deze ruimtes ten aanzien van schoonmaakbeleving in kantoren volgens VSR (Bron: Eigen werk, 2015)

Daarnaast zijn er 'zachte factoren' die invloed hebben op de schoonmaakbeleving.

De belangrijkste zachte factoren zijn :

-  Geur;
-  Kleur;
-  Mate van invloed;
-  Communicatie.

Deze factoren gelden voor alle ruimtesoorten.

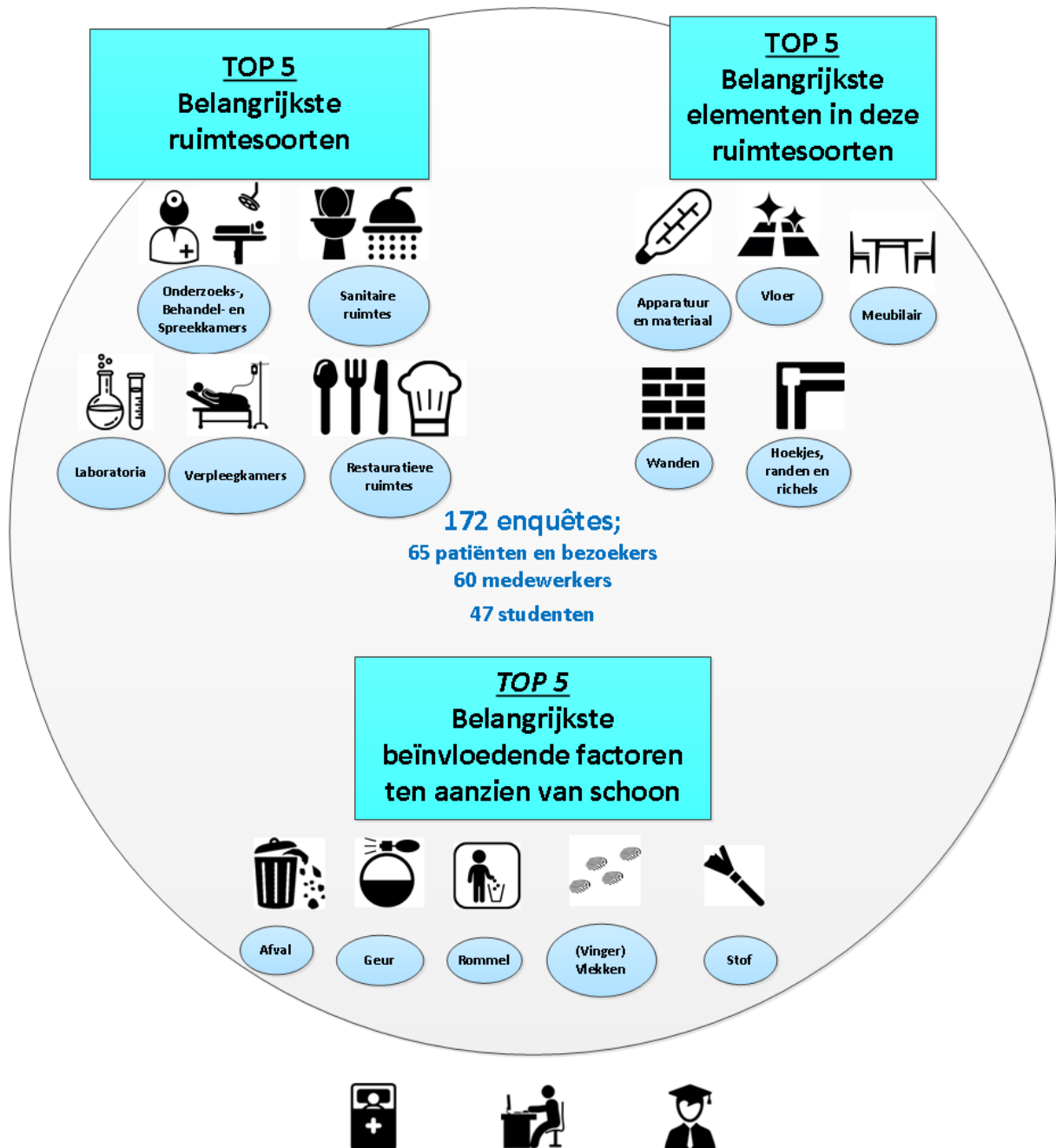
6.4 Wat zijn de manieren voor het meten van schoonmaakbeleving?

Het meten van schoonmaakbeleving kan op verschillende manieren. Literatuur en adviesbureaus geven aan dat je beleving op verschillende manieren kan meten. Onderstaand figuur geeft aan wat de literatuur en de adviesbureaus over het meten van schoonmaakbeleving zeggen.

	Literatuur	Adviesbureaus
Wie?		- Afnemen via mail met een link bij medewerkers - Afnemen met iPad
Hoe?	- Enkele open vragen - Vragen beantwoorden op iPad in het gebouw - QR-code in belangrijke ruimten - Facility hosts nemen enquêtes via iPad af bij gebouwgebruikers	- Meten per ruimtesoort
Wat te doen met meetgegevens		- Resultaat belevingsmeting afzetten tegen resultaat technische meting - Prioriteitenmatrix maken met resultaten
Tips voor Radboudumc	- Meetsysteem dat medewerker en gasten verleidt oordeel te geven - Mensen zijn bereid een paar vragen in te vullen	- Vragen naar recente belevingen

Tabel 16: Manieren voor meten van schoonmaakbeleving volgens literatuur en adviesbureaus (Bron: Eigen werk, 2015)

6.5 Wat zijn volgens patiënten, bezoekers, medewerkers en studenten de belangrijke ruimten, elementen en aspecten ten aanzien van de schoonmaakbeleving in een academisch ziekenhuis?



Afbeelding 8: Belangrijkste ruimtesoorten, elementen en beïnvloedende factoren ten aanzien van schoonmaak in een academisch ziekenhuis

Zoals te zien in bovenstaand figuur hebben alle klantgroepen dezelfde prioriteiten op het gebied van schoonmaak. Alle resultaten uit de enquête zijn te vinden in bijlage J.

6.6 Beantwoording hoofdvraag

Bovenstaande conclusies leiden tot het beantwoorden van de onderzoeks- en adviesvraag, welke luidt:

Welke dimensies zijn voor afdeling schoonmaak van het Radboudumc belangrijk bij het meten van schoonmaakbeleving volgens literatuuronderzoek, experts, academische ziekenhuizen en hotels en op welke wijze kan afdeling schoonmaak van het Radboudumc deze meten?

Zowel het theoretische als het empirische onderzoek laat zien dat vrijwel alle adviesbureaus, hotels en academische ziekenhuizen anders denken over het meten van schoonmaak. Dit is voornamelijk te wijten aan het type gast en de grootte van de organisatie.

Vorige bladzijde geeft aan welke ruimtesoorten, welke elementen en welke aspecten belangrijk zijn ten aanzien van schoonmaakbeleving in een academisch ziekenhuis → de dimensies.

Het advies voor het Radboudumc neemt deze dimensies mee bij het meten van schoonmaakbeleving in het Radboudumc te Nijmegen.

Afdeling schoonmaak van het Radboudumc kan de belangrijke ruimtes indelen in zones, namelijk:

Ruimtesoort	Zone
Onderzoeks-, Behandel- en Spreekkamers	Poli's
Sanitaire ruimtes	-
Laboratoria	Laboratoria
Verpleegkamers	Verpleegkamers
Restauratieve ruimtes	-

Tabel 17: Koppeling ruimtesoorten en zones (Bron: Eigen werk, 2015)

Er is geen koppeling mogelijk tussen ruimtesoort 'sanitaire ruimtes' en 'zone', aangezien afdeling schoonmaak hier geen contactpersoon kan toepassen. Ook aan de 'restauratieve ruimtes' is geen zone gekoppeld, aangezien het cateringbedrijf verantwoordelijk is voor de schoonmaakwerkzaamheden binnen de restauratieve ruimtes.

Binnen de zones vraagt afdeling schoonmaak naar de belangrijke ruimtesoorten door middel van een rapportcijfer. Men vraagt eerst naar een rapportcijfer, aangezien respondenten zo nog onbevragen antwoord kunnen geven. Daarna vraagt men belangrijke elementen en factoren die betrekking hebben op de ruimtesoort, door middel van een vijfpuntschaal. Hierdoor kan de respondent genuanceerder antwoord geven, waarna afdeling schoonmaak de resultaten kan vertalen in een prioriteitenmatrix.

Eerder is aangegeven dat het Radboudumc drie klantgroepen kent, namelijk: de patiënt en de bezoeker, de medewerker en de student. De belevingsmeting maakt ook gebruik van deze indeling, aangezien deze klantgroepen niet aanwezig zijn in alle ruimtesoorten. Dit zorgt voor de volgende indeling:

Soort klant	Meetruimtes
Patiënten en bezoekers	• Poliplein; • Verpleegkamers.
Medewerkers	• Laboratoria; • Poli's; • Verpleegkamers; • Kantoren; • Onderwijsruimten.
Studenten	• Studiecentrum Radboud Universiteit

Tabel 18: Meetruimtes per klantgroep (Bron: Eigen werk, 2015)

7 Aanbevelingen en implementatieplan

Dit hoofdstuk geeft zicht in de aanbevelingen voor de diverse klantgroepen van het Radboudumc. Dit hoofdstuk geeft antwoord op de volgende vraag:

Op welke wijze kan de afdeling schoonmaak van het Radboudumc de schoonmaakbeleving van de klant meten op zodanige manier dat de meting voor klanten, maar ook voor de afdeling schoonmaak niet teveel tijd kost, maar wel de goede informatie geeft?

Zoals eerder vermeld dient afdeling schoonmaak van het Radboudumc de schoonmaakbeleving per klantgroep te meten, aangezien alle klantgroepen zich in verschillende zones bevinden en sommige klantgroepen minimaal of niet aanwezig zijn binnen een zone (een patiënt is bijvoorbeeld niet aanwezig binnen de zone laboratoria).

Bijlage K geeft het advies in een tabel weer.

7.1 Aanbevelingen voor het meten van schoonmaakbeleving bij medewerkers van het Radboudumc

Deze paragraaf geeft een toelichting op de keuzes die gemaakt zijn om bovenstaand tabel samen te stellen.

Onderbouwing algemene informatie

Om zoveel mogelijk medewerkers te bereiken is gekozen voor een mail aan alle medewerkers van het Radboudumc waarin een link staat. Medewerkers kunnen op deze link klikken en vervolgens de schoonmaakenquête invullen.

Op dit moment voert afdeling schoonmaak één keer per jaar evaluatiegesprekken met 150 interne klanten (zijnde bedrijfsleiders en afdelingshoofden). Deze gesprekken blijft afdeling schoonmaak voeren met de contactpersonen (één keer per jaar). Het doel van deze gesprekken is het verstrekken van informatie over wat men wel en niet mag verwachten ten aanzien van de schoonmaak. Deze gesprekken voert afdeling schoonmaak eenmaal per jaar. De enquête onder de medewerkers vult deze gesprekken aan. De enquête naar alle medewerkers verstuurt men tweemaal per jaar, waardoor de schoonmaakbeleving te monitoren is. Tevens kan afdeling schoonmaak na onvoldoende scores van de eerste belevingsmeting een Plan van Aanpak opstellen, zodat de tweede belevingsmeting inzicht kan geven in het verbeterproces. Een belevingsmeting eenmaal per jaar onder alle medewerkers van het Radboudumc is te weinig.

Onderbouwing wijze van meten

Er is gekozen om te meten per zone. Binnen het Radboudumc zijn enquêtes afgenomen onder alle klantgroepen met de vraag welke ruimtes zij belangrijk vinden ten aanzien van schoonmaakbeleving. Medewerkers vinden onderzoeks-, behandel- en spreekkamers, sanitaire ruimtes, laboratoria, verpleegkamers en restauratieve ruimtes van belang ten aanzien van de schoonmaakbeleving. Voor het meten van de beleving is gekeken naar de belangrijke ruimtes waar medewerkers aanwezig zijn. Er is gekozen voor de volgende indeling:

-  Laboratoria;
-  Poliplein;
-  Verpleegkamers;
-  Kantoren;
-  Onderwijsruimten.

Door de beleving per zone te meten heeft men een duidelijk zicht in de ruimtesoorten van het Radboudumc. Er zijn verschillende schoonmaakpartijen aanwezig in deze zones, maar de schoonmaakpartijen spelen geen rol bij het meten van de schoonmaakbeleving.

Doordat men de beleving per zone meet, is speling in het werkprogramma mogelijk. Wanneer blijkt dat de algemene ruimten heel hoog scoren (rapportcijfer 9) en het sanitair heel laag (rapportcijfer 5) dan laat de zone-indeling wijziging in het schoonmaakwerkprogramma toe.

Onderbouwing algemene vragen enquête

De enquête start met een aantal algemene vragen. Het is van belang om te weten wat voor soort gast de enquête invult. Deze vraag is bedoeld als verificatie, want men stuurt de mail met link alleen naar de medewerkers van het Radboudumc toe en weet dus eigenlijk het antwoord op deze vraag al. Daarnaast is het van belang om te weten in welke zone de respondent zich begeeft.

Tot slot vraagt afdeling schoonmaak naar het huidige humeur van de respondent, dit kan namelijk invloed hebben op de resultaten. De respondent kan hier antwoord op geven door middel van een smiley. Deze smiley drukt de gemoedstoestand van de medewerker uit.

Onderbouwing enquêtevragen per ruimtesoort

Afdeling schoonmaak stelt vragen over ruimtesoorten waarvan medewerkers, patiënten, bezoekers en studenten van het Radboudumc hebben aangegeven deze belangrijk te vinden ten aanzien van de schoonmaakbeleving. Tevens stelt men een vraag over het kantoor van de medewerker. Op deze plek zijn medewerkers vaak aanwezig, waardoor zij een goed beeld hebben kunnen vormen over de schoonmaak. Daarnaast stelt men een vraag over de schoonmaakmedewerker en de communicatie met betrekking tot het werkprogramma. Deze laatste twee vragen zijn van groot belang voor afdeling schoonmaak, aangezien deze twee indicatoren de schoonmaakbeleving kunnen beïnvloeden.

Medewerkers geven antwoord door middel van een rapportcijfer. Een rapportcijfer is specifiek en meetbaar, waardoor de beleving te monitoren is.

Binnen elke ruimtesoort vraagt men naar elementen waarvan medewerkers, patiënten, bezoekers en studenten van het Radboudumc aangaven deze belangrijk te vinden ten aanzien van schoonmaak. Deze elementen zijn per ruimtesoort verschillend en kan de respondent beantwoorden door middel van een vijfpuntschaal. Door te vragen naar een recente waarneming, krijgt afdeling schoonmaak de juiste informatie.

Tot slot kan de respondent per ruimtesoort opmerkingen geven. Respondenten kunnen de antwoorden die zij eerder gegeven hebben toelichten bij deze vraag. Het kan zo zijn dat de respondent niet tevreden is over de werkplek, maar wéét dat de schoonmaakmedewerker hier weinig tijd voor heeft. Een onderbouwing is erg relevant, aangezien afdeling schoonmaak op deze wijze inzicht krijgt in de achtergrond van de resultaten.

Onderbouwing overige vragen

Men vraagt aan respondenten wat zij van de huidige schoonmaak over het algemeen vinden. Respondenten kunnen antwoord geven door middel van een vijfpuntschaal, van 'zeer goed' tot 'zeer slecht'. Er is gekozen voor een vijfpuntschaal, aangezien er op deze wijze meer nuancering in het beantwoorden van de vraag zit. De antwoordmogelijkheden staan dicht bij het gevoel van de respondent en geven weer wat de respondent op dit moment van de schoonmaak vindt. De antwoordmogelijkheden kan afdeling schoonmaak op een later moment koppelen aan een rapportcijfer.

Afdeling schoonmaak van het Radboudumc streeft naar het verbeteren van het proces en staat altijd open voor tips.

Norm voor beleving

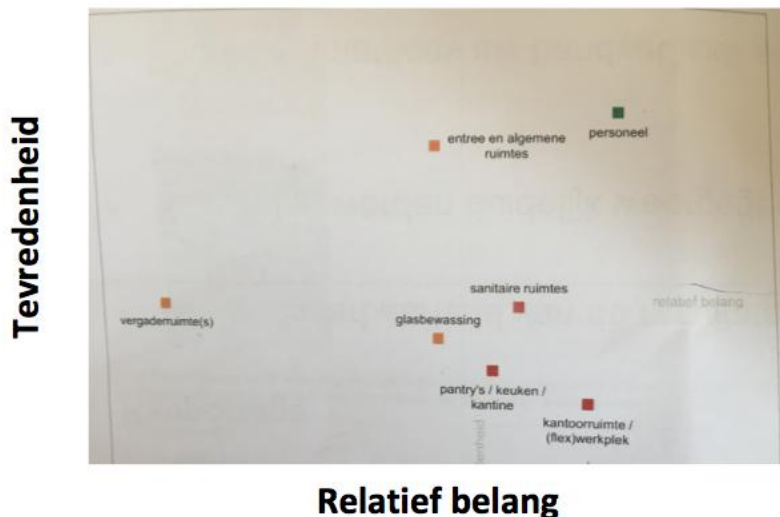
Afdeling schoonmaak dient in de toekomst te streven naar het behalen van rapportcijfer 6 voor beleving, aangezien dit een voldoende is. Beleving is iets subjectiefs en een schoonmaakpartij mag geen boete krijgen vanwege een medewerker die niet tevreden is over de schoonmaak en de enquête invult met alleen maar 'enen en tweeën'. Respondenten vullen vijf rapportcijfers in. Wanneer men deze cijfers bij elkaar optelt en deelt door vijf, krijgt afdeling schoonmaak het gemiddelde van één respondent. Het gemiddelde van alle respondenten dient hoger dan een 6 te zijn. Wanneer de schoonmaakbeleving lager dan een 6 scoort is het wel de taak om te kijken waar dit dan aan ligt. Hiervoor dient de objectleidster/operationeel manager een Plan van Aanpak op te stellen.

Daarnaast kunnen respondenten door middel van een vijfpuntschaal van 'zeer mee oneens' tot 'zeer mee eens' aangeven hoe schoon zij de elementen doorgaans aantreffen binnen de ruimtesoort.

Deze gegevens kan afdeling schoonmaak verwerken in een prioriteitenmatrix. Hierbij zijn verschillende opties:

Rood:	Zeer mee oneens / Mee oneens	→ Voor dit punt moet een PVA opgesteld worden
Oranje:	Beetje mee oneens / Beetje mee eens	→ Dit punt dient afdeling schoonmaak in de gaten te houden
Geel:	Mee eens / zeer mee eens	→ Geen actiepunten

Onderstaande afbeelding geeft een prioriteitenmatrix weer.



Afbeelding 9: Prioriteitenmatrix (Key-Quality, z.d.)

7.2 Aanbevelingen voor het meten van schoonmaakbeleving bij patiënten, bezoekers en studenten van het Radboudumc

Deze paragraaf geeft een toelichting op de keuzes die gemaakt zijn om bovenstaand tabel samen te stellen.

Onderbouwing algemene informatie

Om de patiënten en bezoekers te bereiken is gekozen voor een iPad. Studenten van uitzendbureau ASA gaan tweemaal per jaar langs verpleegafdelingen, het poliplein en het restaurant om patiënten en bezoekers te benaderen voor het invullen van een enquête. Op deze wijze bereikt afdeling schoonmaak verschillende patiënten en bezoekers van het Radboudumc. De exacte locaties en het aantal respondenten is nader te bepalen.

Daarnaast wil afdeling schoonmaak graag weten wat studenten van het Radboudumc ten aanzien van schoonmaak vinden. Studenten van ASA gaan tweemaal per jaar in het studiecencentrum van de Radboud Universiteit enquêteren met behulp van een iPad. Het aantal respondenten is nader te bepalen.

Onderbouwing wijze van meten

Er is gekozen om te meten per zone. Binnen het Radboudumc zijn enquêtes afgenomen onder alle klantgroepen met de vraag welke ruimtes zij belangrijk vinden ten aanzien van schoonmaakbeleving. Medewerkers vinden onderzoeks-, behandel- en spreekkamers, sanitaire ruimtes, laboratoria, verpleegkamers en restauratieve ruimtes van belang ten aanzien van de schoonmaakbeleving. Voor het meten van de beleving is gekeken naar de belangrijke ruimtes waar medewerkers aanwezig zijn.

Voor het meten van schoonmaakbeleving onder patiënten en bezoekers is er gekozen voor de volgende indeling:

- ✚ Poliplein;
- ✚ Verpleegkamers.

Het meten van schoonmaakbeleving onder studenten van de Radboud Universiteit gebeurt in het studiecencentrum van de Radboud Universiteit te Nijmegen.

Door de beleving per zone te meten heeft men een duidelijk zicht in de ruimtesoorten van het Radboudumc. Er zijn verschillende schoonmaakpartijen aanwezig in deze zones, maar de schoonmaakpartijen spelen geen rol bij het meten van de schoonmaakbeleving.

Doordat men de beleving per zone meet, is speling in het werkprogramma mogelijk. Wanneer blijkt dat de algemene ruimten heel hoog scoren (rapportcijfer 9) en het sanitair heel laag (rapportcijfer 5) dan laat de zone-indeling wijziging in het schoonmaakwerkprogramma toe.

Onderbouwing algemene vragen enquête

De enquête start met een aantal algemene vragen. Het is van belang om te weten wat voor soort gast de enquête invult. Deze vraag is bedoeld als verificatie. Daarnaast is het van belang om te weten in welke zone de respondent zich begeeft.

Tot slot vraagt afdeling schoonmaak naar het huidige humeur van de respondent, dit kan namelijk invloed hebben op de resultaten. De respondent kan hier antwoord op geven door middel van een smiley. Deze smiley drukt de gemoedstoestand van de medewerker uit.

Onderbouwing enquêtevragen per ruimtesoort

Afdeling schoonmaak stelt vragen over ruimtesoorten waarvan medewerkers, patiënten, bezoekers en studenten van het Radboudumc aangaven deze belangrijk te vinden ten aanzien van de schoonmaakbeleving. Respondenten geven antwoord door middel van een rapportcijfer. Een rapportcijfer is specifiek en meetbaar, waardoor de beleving te monitoren is.

Binnen elke ruimtesoort vraagt men naar elementen waarvan medewerkers, patiënten, bezoekers en studenten van het Radboudumc aangaven deze belangrijk te vinden ten aanzien van schoonmaak. Deze elementen zijn per ruimtesoort verschillend en kan de respondent beantwoorden door middel van een vijfpuntschaal. Door te vragen naar een recente waarneming, krijgt afdeling schoonmaak de juiste informatie.

Tot slot kan de respondent per ruimtesoort opmerkingen geven. Respondenten kunnen de antwoorden die zij eerder gegeven hebben toelichten bij deze vraag. Het kan zo zijn dat de respondent niet tevreden is over de werkplek, maar wéét dat de schoonmaakmedewerker hier weinig tijd voor heeft. Een onderbouwing is erg relevant, aangezien afdeling schoonmaak op deze wijze inzicht krijgt in de achtergrond van de resultaten.

Onderbouwing overige vragen

Men vraagt aan respondenten wat zij van de huidige schoonmaak over het algemeen vinden. Respondenten kunnen antwoord geven door middel van een vijfpuntschaal, van 'zeer goed' tot 'zeer slecht'. Er is gekozen voor een vijfpuntschaal, aangezien er op deze wijze meer nuancering in het beantwoorden van de vraag zit. De antwoordmogelijkheden staan dicht bij het gevoel van de respondent en geven weer wat de respondent op dit moment van de schoonmaak vindt. De antwoordmogelijkheden kan afdeling schoonmaak op een later moment koppelen aan een rapportcijfer.

Afdeling schoonmaak van het Radboudumc streeft naar het verbeteren van het proces en staat altijd open voor tips.

Norm voor beleving

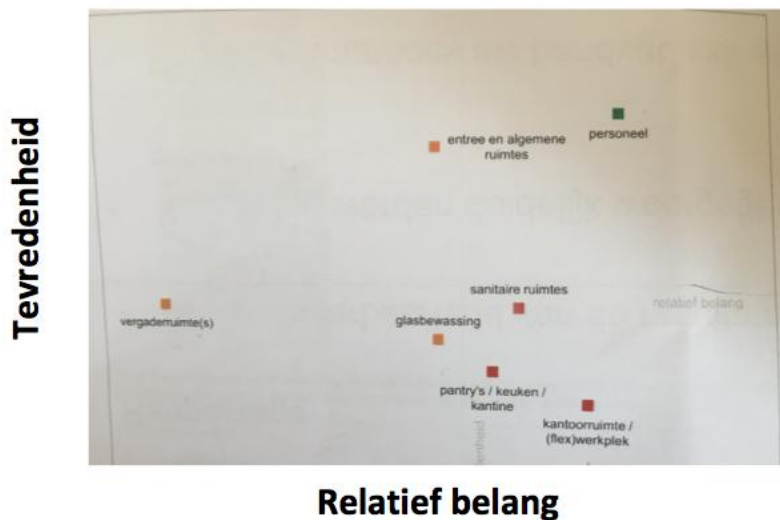
Afdeling schoonmaak dient in de toekomst te streven naar het behalen van rapportcijfer 6 voor beleving, aangezien dit een voldoende is. Beleving is iets subjectiefs en een schoonmaakpartij mag geen boete krijgen vanwege iemand die niet tevreden is over de schoonmaak en de enquête invult met alleen maar 'enen en tweeën'. Respondenten vullen vijf rapportcijfers in. Wanneer men deze cijfers bij elkaar optelt en deelt door vijf, krijgt afdeling schoonmaak het gemiddelde van één respondent. Het gemiddelde van alle respondenten dient hoger dan een 6 te zijn.

Wanneer de schoonmaakbeleving lager dan een 6 scoort is het wel de taak om te kijken waar dit dan aan ligt. Hiervoor dient de objectleidster/operationeel manager een Plan van Aanpak op te stellen.

Daarnaast kunnen respondenten door middel van een vijfpuntschaal van 'zeer mee oneens' tot 'zeer mee eens' aangeven hoe schoon zij de elementen doorgaans aantreffen binnen de ruimtesoort. Deze gegevens kan afdeling schoonmaak verwerken in een prioriteitenmatrix. Hierbij zijn verschillende opties:

Rood:	Zeer mee oneens / Mee oneens	→ Voor dit punt moet een PVA opgesteld worden
Oranje:	Beetje mee oneens / Beetje mee eens	→ Dit punt dient afdeling schoonmaak in de gaten te houden
Geel:	Mee eens / zeer mee eens	→ Geen actiepunten

Onderstaande afbeelding geeft een prioriteitenmatrix weer.



Afbeelding 10: Prioriteitenmatrix (Key-Quality, z.d.)

7.3 Implementatieplan

Het advies treft een overzicht van verbeterlagen voor het meten van schoonmaakbeleving binnen het Radboudumc. Bij het meten van schoonmaakbeleving onder de verschillende klantgroepen binnen het Radboudumc is een vragenlijst opgesteld. De vragenlijst voor medewerkers is te vinden in bijlage L en de vragenlijst voor patiënten, bezoekers en studenten in bijlage M.

Wat is er nou precies nodig voor het implementeren van dit advies?

- ✚ Gesprekken met contactpersonen;
- ✚ Software om de medewerker te bereiken;
- ✚ Software om de patiënt, bezoeker en student te bereiken;
- ✚ ASA studenten.

Het invoeren van de gesprekken met de contactpersonen is kostenneutraal, aangezien dit al gebeurt. Mevrouw Mieke Mulders van adviesbureau Key Quality heeft een indicatie gemaakt met betrekking tot de software die nodig is om deze klantgroepen te bereiken. Naar inschatting kost het afdeling schoonmaak van het Radboudumc zo'n €6.000 per jaar (M. Mulders, Persoonlijke mededeling, 1 juni 2015).

Het versturen van de enquêtes schoonmaakbeleving gebeurt door afdeling schoonmaak. Dit is eveneens kostenneutraal.

Er zijn aannames gemaakt om inzicht in de financiële gevolgen te krijgen.

Aannames

- ✚ Een ASA-student neemt 150 enquêtes per dag af;
- ✚ Een ASA-student werkt zes uur per dag;
- ✚ Een ASA-student kost €22 per uur.

Afdeling schoonmaak dient te streven naar het meten van schoonmaakbeleving onder 600 patiënten & bezoekers en 300 studenten. Per jaar komt dit neer op 1200 belevingsmetingen onder patiënten en bezoekers en 600 belevingsmetingen onder studenten. Op deze wijze heeft afdeling schoonmaak genoeg respondenten en krijgen zij een betrouwbaar beeld van de schoonmaakbeleving binnen het Radboudumc.

	Hoe vaak per jaar?	Hoeveel respondenten per jaar?	Hoeveel metingsdagen per jaar?	Hoeveel studenten per meting?	Wanneer?
Patiënten en bezoekers	Tweemaal	1200 respondenten	Vier dagen	Twee studenten van ASA	Week 2 Week 4 Week 27 Week 29
Studenten	Tweemaal	600 respondenten	Twee dagen	Twee studenten van ASA	Week 4 Week 29

Tabel 19: Belevingsmeting bij patiënten, bezoekers en studenten (Bron: Eigen werk, 2015)

Zoals te lezen in bovenstaand schema nemen studenten van ASA de enquêtes af. ASA is een uitzendbureau voor studenten. Op dit moment zijn er verschillende studenten die vanuit ASA werken voor het Radboudumc. Daarnaast hebben zij ervaring op het gebied van enquêteren, waardoor ASA een goede partij is voor het afnemen van de belevingsmeting.

Financiële gevolgen

	Berekening	Enmalige kosten	Jaarlijkse kosten
Evaluatiegesprekken met contactpersonen	Kostenneutraal		
iPads	2 iPads x €499	€998	
Personeelskosten ASA	72 uur x €22		€1.584
Software	€6.000		€6.000
Totaal		€998	€7.584

Tabel 20: Financiële gevolgen nieuw meetsysteem (Bron: Eigen werk, 2015)

Extra informatie

Naast de informatie uit de evaluatiegesprekken zal afdeling schoonmaak ook informatie van patiënten, bezoekers en studenten krijgen. Studenten van ASA nemen deze enquêtes af met een iPad en een app. Deze app kan alle gegevens verwerken, waardoor het geen extra tijd voor afdeling schoonmaak kost.

Wanneer de beleving onvoldoende scoort, dient de schoonmaakpartij een Plan van Aanpak te maken. Door het maken van een Plan van Aanpak kan de betreffende schoonmaakpartij de beleving verhogen.

Evaluatie op nieuw systeem

Tot slot is het van belang dat alle partijen tevreden zijn met het nieuwe systeem van schoonmaakbeleving meten. Het idee is om dit systeem uit te voeren begin 2016. Eind 2016 kan afdeling schoonmaak met schoonmaakpartijen Eigen beheer, Asito Medical en Hago Zorg evalueren over het meetsysteem.

8 Evaluatie

Dit hoofdstuk beschrijft de keuzes die genomen zijn voor en tijdens de uitvoering van het onderzoek.

Procesevaluatie:

Focus van het project

In de oriëntatiefase is bewust gekozen om te kijken hoe afdeling schoonmaak van het Radboudumc de schoonmaakbeleving kan meten. Dit houdt in dat er bij adviesbureaus, hotels en academische ziekenhuis informatie is verzameld over het meten van schoonmaakbeleving. Het onderzoek richt zich niet op het vergroten van schoonmaakbeleving, aangezien een organisatie eerst dient te weten op welk niveau ze staan waarna ze de schoonmaakbeleving eventueel zouden kunnen verhogen. Tijdens het fieldresearch was er veel informatie over schoonmaakbeleving verhogen te vinden. Deze aspecten zijn gedeeltelijk meegenomen in de conclusies, maar wanneer het Radboudumc de schoonmaakbeleving onder de klantgroepen wil verhogen, is verder onderzoek noodzakelijk.

Wijziging deelvragen

De deelvraag ‘wie is de klant en wat beïnvloedt de schoonmaakbeleving van de verschillende klantgroepen?’ is veranderd naar ‘wat beïnvloedt de schoonmaakbeleving van de klant?’ In overleg met de docentbegeleider is deze keuze gemaakt, aangezien elke organisatie bij andere doelgroepen de schoonmaakbeleving meet. Het antwoord op deze vraag is: de meeste organisaties meten schoonmaakbeleving alléén onder medewerkers of bij alle gebouwgebruikers. Het is niet relevant om deze informatie mee te nemen in het onderzoek.

Onderzoek eigen netwerk

Via Facebook is een enquête uitgezet onder het eigen netwerk. Deze enquête hebben 67 respondenten ingevuld. De resultaten van deze enquête zijn niet gebruikt bij het onderzoek, aangezien het niet duidelijk was vanuit welke rol zij de enquête invulden. Daardoor is er geen scheiding tussen klantgroepen te maken en dit is wel wenselijk voor het onderzoeksrapport.

Interviews

In eerste instantie zou het onderzoek gebruik maken van interviews met drie adviesbureaus, drie hotels en drie adviesbureaus. Doordat er verschillende academische ziekenhuizen reageerden op het interviewverzoek, zijn er vier interviews ingepland.

Enquêtes

De enquête vraagt naar een rangschikking van belangrijkheid ten aanzien van schoon, waarbij 1 heel belangrijk en 10 niet belangrijk. Tijdens het invullen van de enquêtes in Excel kwam al snel naar voren dat respondenten het soms niet helemaal begrepen. De volgende fouten kwamen voor:

- Respondenten vulden kruisjes in op plaatsen die zij belangrijk vonden;
- Respondenten gaven een willekeurig rapportcijfer per keuze, waardoor sommige rapportcijfers dubbel werden gebruikt en sommige rapportcijfers niet;
- Respondenten konden de enquête niet invullen omdat zij werden geroepen door de arts;
- Respondenten vulden de rangschikking in de enquête andersom in. Dit wil zeggen dat zij 10 als heel belangrijk zagen en 1 als niet belangrijk.

Deze fout ingevulde enquêtes zijn niet meegenomen bij de resultaten van het onderzoek. Dit is erg jammer, want het invullen van de enquêtes heeft de respondenten veel tijd gekost.

Resultaten enquête

Doordat de enquête vraagt naar een rangschikking, waarbij 1 het belangrijkste en 10 het onbelangrijkst, is het niet mogelijk om de resultaten te verwerken in een grafiek. Dit is erg jammer, aangezien op dit moment de verhouding niet duidelijk te zien is. Bij een rangschikking van 1 tot 10, waarbij 1 het minst belangrijk en 10 het meest belangrijk, was het maken van een grafiek wel mogelijk geweest.

De resultaten van de fout ingevulde enquêtes zijn niet meegenomen, aangezien deze resultaten niet valide zijn. Alleen resultaten die 100% valide zijn, zijn meegenomen in de resultaten.

Productevaluatie

Met dit rapport heeft afdeling schoonmaak van het Radboudumc een inzicht in de belangrijke dimensies in een academisch ziekenhuis ten aanzien van schoonmaak. Daarnaast vermeldt dit rapport de voor- en nadelen van de verschillende manieren waarop men schoonmaakbeleving kan meten.

Er is gekeken binnen verschillende organisaties, wat uiteindelijk heeft geleid tot één advies. Dit advies is een samenstelling van verschillende ideeën uit zowel field- als deskresearch.

Tot slot beschrijft dit rapport op welke wijze het Radboudumc de schoonmaakbeleving kan meten, inclusief vragenlijst. Het advies is voor de opdrachtgever direct te implementeren.

Het advies is niet alleen voor het Radboudumc te implementeren. In principe kunnen alle ziekenhuizen gebruik maken van dit advies, wanneer zij schoonmaakbeleving willen meten.

Literatuurlijst

Berry, L., & Parasuraman, A., & Zeithaml, A. (1985). *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*. Geraadpleegd op 24 maart 2015, van http://www.jstor.org/stable/1251430?seq=1#page_scan_tab_contents

Bodine, K., & Manning, H. (2012). *Outside In: The Power of Putting Customers at the Center of Your Business*. New York: New Harvest Houghton Mifflin Harcourt Publishing Company.

Boomsma, S., & Borrendam, A. van. (2002). *Kwaliteit van dienstverlening: De integratie van dienstenmarketing, kwaliteit en management* (4^e druk). Deventer: Kluwer.

Boswijk, A., Thijssen, T. & Peelen, E. (2007). *A New Perspective on the Experience Economy*. Meaningful Experiences. Amsterdam: PrimaVera working paper series.

Boswijk, A. & Peelen, E. (2008). *Een nieuwe kijk op experience economy: Betekenisvolle belevenissen*. Amsterdam: Pearson Education Benelux.

Centraal Bureau voor de Statistiek. (2015, 20 februari). *Bevolking: kerncijfers*. Geraadpleegd op 20 februari 2015, van [http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=37296ned&D1=a&D2=0,10,20,30,40,50,60,\(-1\),I&HD=130605-0924&HDR=G1&STB=T](http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=37296ned&D1=a&D2=0,10,20,30,40,50,60,(-1),I&HD=130605-0924&HDR=G1&STB=T)

Centraal Planbureau. (z.d.). *Kortetermijnraming december 2014*. Geraadpleegd op 20 februari 2014, van <http://www.cpb.nl/cijfer/kortetermijnraming-december-2014>

Competition, Third Edition. West Sussex: John Wiley & Sons Ltd.

CSU. (2013). *Eenvoudig en snel schoonbeleving meten*. Geraadpleegd op 19 maart 2015, van <http://muskitopages.nl/2013/csu/aandacht/april/files/assets/common/downloads/publication.pdf>

Dijken, M., van. (2015, 20 februari). *Hoe beïnvloed je de schoonbeleving? Valt er nog iets te beleven?* Geraadpleegd op 19 maart 2015, van <http://www.fmm.nl/topics/facilitaire-organisatie/achtergrond/hoe-beïnvloed-je-de-schoonbeleving-valt-er-nog-iets-te>

Dijken, M., van. (2015, 2 april). *Hoe gastvrij bent u?* Geraadpleegd op 28 mei 2015, van <http://hospitality-advises.com/publicaties/22-hoe-gastvrij-bent-u>

Duisterwinkel, A. (2012). *Wetenschap: schoner met geurspoor*. Geraadpleegd op 19 maart 2015, van <http://www.professioneelschoonmaken.nl/3387/lezen/columns/wetenschap-schoner-met-geurspoor/?ref=stylelezen#.VQq6gct0zIV>

DutchCowboys. (2013, 29 september). *10 redenen waarom we blij worden van visualisaties*. Geraadpleegd op 22 mei 2015, van <http://www.dutchcowboys.nl/design/29851>

EuroShine Schoonmaak. (2002-2009). *Kwaliteitsbeleving schoonmaak*. Geraadpleegd op 24 maart 2015, van <http://euroshine-schoonmaak.nl/kbs.html>

EW Facility Services. (2014, 16 januari). *Verbeter uw klantbeleving vanuit integrale visie op facility services*. Geraadpleegd op 19 maart 2015, van http://www.bouwstenen.nl/files/wijkplaats/whitepaper_verbeter_uw_klantbeleving_vanuit_integrale_visie_op_facility_services_94431803-1.pdf

EW Facility Services. (z.d.). *Klantbeleving meten, verbeteren en voorspellen*. Geraadpleegd op 20 maart 2015, van <http://www.ew.nl/ew/download/common/klantbeleving-meten-verbeteren-en-voorspellen.pdf>

- Facto. (2014, 29 december). *Facility hosts meten schoonbeleving Hogeschool Rotterdam met app*. Geraadpleegd op 19 maart 2015, van <http://facto.nl/facility-hosts-brengen-schoonbeleving-hogeschool-rotterdam-kaart/>
- FMM. (z.d.). *Metten om prestaties te verbeteren*. Geraadpleegd op 19 maart 2015, van <http://www.fmm.nl/case/meten-om-prestaties-te-verbeteren>
- Gemeente Nijmegen. (2015). *Stadsgetallen*. Geraadpleegd op 20 februari 2015, van <http://nijmegen.buurtmonitor.nl/>
- FMM. (2015, 8 januari). *Top 10 schoonmaakbedrijven in Nederland*. Geraadpleegd op 5 juni 2015, van <https://www.fmm.nl/topics/facilitaire-dienstverlening-gebouwbeheer/nieuws/top-10-schoonmaakbedrijven-nederland>
- GOM. (z.d.). *Connect & Interact*. Geraadpleegd op 19 maart 2015, van <http://gom.nl/connect-en-interact>
- Hago Zorg. (z.d.). *Belevingsonderzoek*. Geraadpleegd op 19 maart 2015, van <http://www.hago.nl/nl-22/6834/belevingsonderzoek.aspx>
- Hal, A., van. (2012). *Guest Journey in 10 dagen*. Gedownload op 26 februari 2015, <http://www.hospitalitydesign.nl/assets/files/Artikelen/De%20Guest%20Journey%20in%2010%20vragen.pdf>
- Integron. (2014). *Schoonmaakbeleving*. Geraadpleegd op 19 maart 2015, van <http://www.integron.nl/intern-klantonderzoek/onderzoek/schoonmaakbeleving>
- Key-Quality. (z.d.). *Onderzoeksinstrument Key-Quality*. Onderzoeksrapport. Sittard: Key-Quality.
- Kuijpers, H. (2013). *Bedrijfsplan 2013: Afdeling schoonmaak*. Radboudumc, Nijmegen.
- Kuijpers, H. (2014, 7 oktober). *Beter Schoon 2.0: Gezamenlijk overleg schoonmaakpartijen*. Radboudumc, Nijmegen.
- Lee, F. (2009). *Als Disney de baas was in uw ziekenhuis*. Amsterdam: Elsevier gezondheidszorg.
- Leenders, R. (2001). *Het Servqual model*. Gedownload op 24 maart 2015, van <http://www.google.nl/url?sa=t&rct=i&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=10&ved=0CEoQFjAJ&url=http%3A%2F%2Fwww.sigmaonline.nl%2Fdownloaden%2F12241%2FServqual-model&ei=K0wRVeDjHoK3OrHkgNAN&usg=AFQjCNFwY7I13hY4nlpsQVg5kT8-txvYgQ>
- Lemmens, N. (2005). *Management van schoonmaakdienstverlening* (3^e druk). Uitgeverij LEMMA BV: Utrecht.
- Meijer, P. (2010). *Scriptie klantbelevingsmanagement*. Geraadpleegd op 24 maart 2015, van http://essay.utwente.nl/60080/1/MA_thesis_P_Meijer.pdf
- Meyer, C. & Schwager, A. (2007). *Understanding Customer Experience*. Harvard Business
- Nederlandse Federatie van Universitair Medisch Centra . (2014). *Feiten en cijfers*. Geraadpleegd op 19 februari 2015, van <http://www.nfu.nl/umc/feiten/>
- Nederlandse Federatie van Universitair Medisch Centra. (z.d.). *Publieke functie*. Geraadpleegd op 19 februari 2015, van <http://www.nfu.nl/umc/publieke-functie/>
- Omgevingspsycholoog. (2013, 3 juni). *Wat is een healing environment?* Geraadpleegd op 5 juni 2015, van <http://www.omgevingspsycholoog.nl/healing-environment/>
- Ondernemersplan. (2014). *Branchecijfers*. Geraadpleegd op 19 februari 2015, van <http://www.ondernemersplein.nl/brancheinformatie/branche/gezondheidszorg/>

OSB. (z.d.). *Schoonmaaksector – De schoonmaak mag er zijn*. Geraadpleegd op 5 juni 2015, van <http://www.osb.nl/schoonmaaksector-de-schoonmaak-mag-er-zijn/>

OSB. (z.d.). *Vereniging*. Geraadpleegd op 5 juni 2015, van <http://www.osb.nl/vereniging/>

Planetree. (2012). *Planetree en ieder lid voor zijn eigen bijdrage*. Geraadpleegd op 19 maart 2015, van <http://www.planetree.nl/wp-content/uploads/Planetree-Verbetergids-2012-Spiegelbijeenkomst-schoonmaak.pdf>

Pluijm, S. van der. (2011). *Resultaten onderzoek 'Optimalisatie kosten-klanttevredenheidsratio'*. Amersfoort: Hospitality Consultants.

Question Mark Group. (z.d.). *100% beleving*. Gedownload op 25 maart 2015, van http://rapporten.fmm.nl/sites/default/files/personalpdfs/whitepaper_100_procent_beleving_b369a004.pdf

Radboudumc. (z.d.). *Over het Radboudumc*. Geraadpleegd op 28 mei 2015, van <https://www.radboudumc.nl/OverhetRadboudumc/Pages/default.aspx>

Schoonmaakwereld. (z.d.). *De branche*. Geraadpleegd op 5 juni 2015, van <http://www.schoonmaakwereld.nl/de-branche/>

Slooten, S. van., & Veldhoen, B. (2010). *De 9+ organisatie: Van marketshare naar mindshare*. Culemborg: Van Duuren Management.

Slooten, S. van., & Veldhoen, B. (2014). *Klanthelden in de 9+ organisatie: Excelleren in emotionele klantbeleving* (2^e druk). Culemborg: Van Duuren Management.

Stadindex. (2014). *Cijfers*. Geraadpleegd op 20 februari 2015, van <http://www.stadindex.nl/nijmegen>

Thijssen, T. & Groen, B & Pijls, R. (2009). *Klantbeleving begrijpen, meten en bevorderen*. Geraadpleegd op 18 maart 2015, van <http://resolver.saxion.nl/getfile/D79E2D9DE1E9A6FCC1257833005559D0>

Toolshero. (2014, 30 september). *Kano model*. Geraadpleegd op 18 maart 2015, van <http://www.toolshero.com/nl/kano-model/>

Uitgeverij Coutinho. (z.d.). *Het 7S-model: bij ondernemen en innoveren in zorg en welzijn*. Geraadpleegd op 21 mei 2015, van http://www.coutinho.nl/fileadmin/documenten/ondernemen-en-innoveren/4.2.2_Toelichting_7S-model.pdf

Veltmeijer, H. (2013, 20 juni). *Hoe manage je klantbeleving?* Geraadpleegd op 19 maart 2015, van <http://www.fmm.nl/topics/uitbesteding/nieuws/hoe-manage-je-klantbeleving>

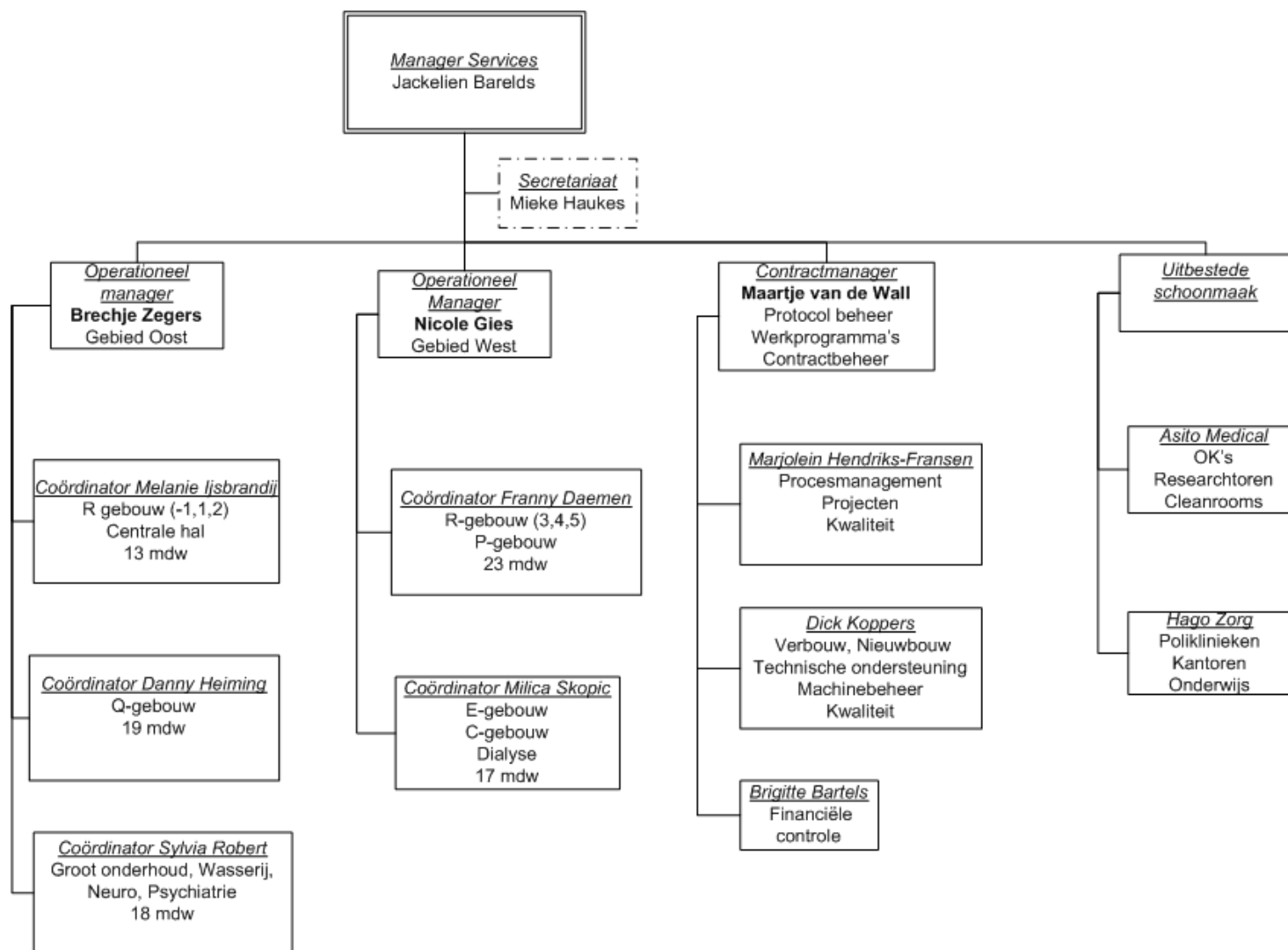
Vereniging Schoonmaak Research. (2012). *Beleving van kwaliteit in de schoonmaakbranche*. Gedownload op 24 februari 2015, van http://www.vsr-org.nl/images/stories/2012_Presentatie_Zomerborrel_2012.pdf

Vereniging Schoonmaak Research. (oktober 2014). *Handleiding meting schoonmaakbeleving: Een handleiding voor meting van de kwaliteitsbeleving onder eindgebruikers ten aanzien van de feitelijke schoonmaak*. Hengelo: Total Quality Center.

Vereniging Schoonmaak Research. (2012). *Beleving van kwaliteit in de schoonmaakbranche*. Geraadpleegd op 7 april 2015, van http://www.servicemanagement.nl/files/pictures/2012_Presentatie_Zomerborrel_2012.pdf?t=6-9-2012%2013:16:38

Wuring, N. (2009). *Als jij de klant was....* Zaltbommel: Thema.

Bijlage A: Organogram afdeling schoonmaak



Afbeelding 11: Organogram afdeling schoonmaak (Bron: Eigen werk, 2015)

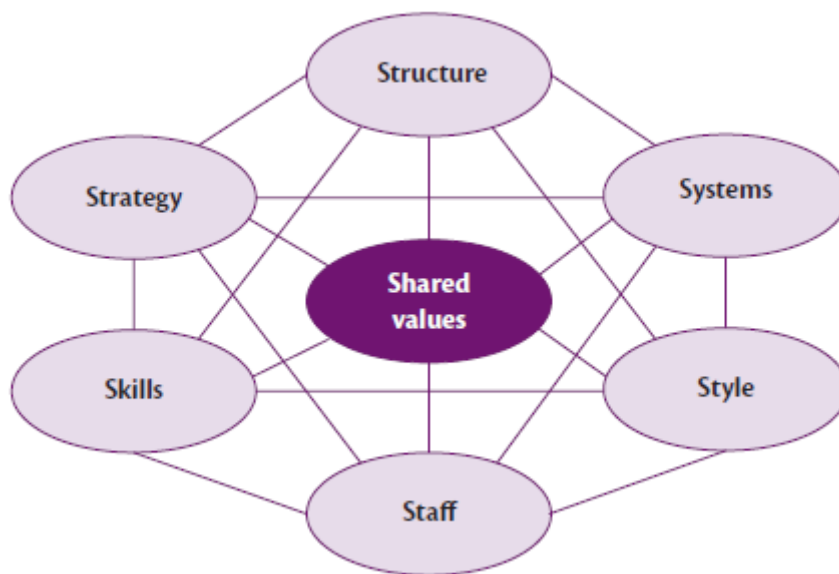
Bijlage B: Interne Analyse

Dit hoofdstuk beschrijft het Radboudumc aan de hand van het 7S-model. Dit model bestaat uit zeven factoren waarmee een (facilitaire) organisatie beschreven kan worden.

Het 7S-model van McKinsey

In het 7S-model worden zeven aspecten onderscheiden die samen het succes van de organisatie bepalen: shared values, style, skills, staff, strategy, structure en systems. Kenmerkend is dat alle zeven S'en invloed op elkaar uitoefenen. Verandering in één S betekent onherroepelijk verandering in een andere S (Uitgeverij Coutinho, z.d.).

Aangezien het Radboudumc erg groot is, is het 7S-model toegepast op de schoonmaakafdeling van het Radboudumc.



Afbeelding 11: Het 7S-model (Bron: Uitgeverij Coutinho, z.d.)

Strategie

De kern van de strategie van het Radboudumc luidt:

“Het Radboudumc is een Universitair Medisch Centrum. Voor ons is de mens en zijn of haar kwaliteit van leven het vertrek en eindpunt. Steeds opnieuw bij alles wat we doen. We bieden onze patiënten topklinische en topreferente zorg en hebben een belangrijke maatschappelijke taak in het vergroten en verspreiden van kennis en kunde. Door wetenschappelijk onderzoek te doen en onderwijs & opleiding te verzorgen.

Het Radboudumc wil een actieve bijdrage leveren aan, en waar mogelijk voorop lopen in, de ontwikkeling van duurzame, innovatieve en betaalbare gezondheidszorg en daarmee aan de gezondheid van mens en maatschappij in Nederland en daarbuiten. Patiëntenzorg, onderzoek en onderwijs & opleiding gaan daarbij hand in hand.” (Radboudumc, z.d.)

Hen missie luidt (Radboudumc, z.d.) :

“To have a significant impact on healthcare.”

Met deze missie geeft het Radboudumc aan dat zij zichzelf willen ontwikkelen in innovatieve, duurzame en betaalbare gezondheidszorg. Dit kunnen zij waarmaken door voorop te lopen in diagnostiek en behandeling, het voorkomen van ziekten, het delen & vergroten van kennis en tot slot voorop te lopen in de wijze waarop zorgt wordt verleend en ontvangen. Op deze manier kan het Radboudumc een krachtige invloed hebben op de gezondheidszorg in Nederland.

Deze missie willen zij verwezenlijken met een visie. Met deze visie willen zij vooroplopen in innovatieve mogelijkheden.

Hen visielijnen luiden (Radboudumc, z.d.) :

- + Aantoonbaar onderscheidende kwaliteit;
- + Persoonsgerichte zorg;
- + Doelmatigheid;
- + Duurzame netwerken.

Zoals eerder vermeld is de afdeling schoonmaak een onderdeel van het servicebedrijf. Het servicebedrijf kent een eigen missie. Deze missie is afgeleid van de missie van het gehele Radboudumc. Onderstaande afbeelding laat de missie van zowel het Radboudumc als organisatie, het servicebedrijf als organisatie onderdeel en de missie van de productgroep Logistiek & Services zien.



Afbeelding 13: Missie Radboudumc, servicebedrijf en L&S (Bron: Kuijpers, 2014)

Afdeling schoonmaak kent geen eigen strategie, maar wel een eigen missie. Tevens is er geen facilitair beleid vanuit het servicebedrijf aanwezig. De missie van de afdeling schoonmaak luidt:

De afdeling schoonmaak als onderdeel van de productgroep Logistiek en Services staat voor het operationeel schoon en hygiënisch houden van alle gebouwen van het Radboudumc en de daarin aanwezige inventaris (technisch georiënteerd). Het ziekenhuis is schoon en patiënten, medewerkers, studenten en bezoekers ervaren dit ook als zodanig (belevingsaspect). (Kuijpers, 2014).

De afdeling schoonmaak wil toegevoegde waarde leveren aan het primaire proces van het Radboudumc. Dit willen zij op een klantgerichte, veilige en innovatieve wijze, tegen een economisch verantwoorde prijs. Hiervoor hebben zij tot op heden geen visie voor opgesteld.

Structuur

Drie partijen voeren de schoonmaakwerkzaamheden binnen het Radboudumc uit. Dit zijn: Radboud eigen beheer, Asito Medical en Hago Zorg.

Pagina 53 geeft de structuur van deze drie partijen weer.

De theoreticus Henry Mintzberg onderscheidt in zijn 'Structures in fives' vijf basisonderdelen binnen een klassieke organisatiestructuur, namelijk:

- + Strategische top;
- + Middenmanagement;
- + Uitvoerende kern;
- + Technische structuur;
- + Ondersteunende staf.

Voor de schoonmaakwerkzaamheden binnen het Radboudumc betekent dit het volgende:

Schoonmaakpartij:	Eigen beheer	Asito Medical	Hago Zorg
Basisonderdelen			
Strategische top	Operationele managers	Regiomanager, vestigingsmanager, operationeel manager, projectleider en objectleider	Rayonmanager en objectleider
Middenmanagement	6 Coördinatoren	2 Voordames	2 Voordames
Uitvoerende kern	100 medewerkers	75 medewerkers schoonmaak	50-60 medewerkers schoonmaak
Technische structuur	Afdeling schoonmaak van het Radboudumc	Afdeling schoonmaak van het Radboudumc	Afdeling schoonmaak van het Radboudumc
Ondersteunende staf	2 Stafmedewerkers Radboudumc	2 Stafmedewerkers Radboudumc	2 Stafmedewerkers Radboudumc

Tabel 21: Structures in fives toegepast op schoonmaakwerkzaamheden binnen het Radboudumc (Bron: Eigen werk, 2015)

Systemen

De afdeling schoonmaak werkt met Maximo. Dit is het FMIS-systeem binnen het Radboudumc. In dit systeem zet de servicedesk meldingen, storingen, klachten, informatie, etc.

Daarnaast werkt de organisatie met intranet. Alle medewerkers van het Radboudumc hebben toegang tot deze website. Op deze pagina staan alle services vermeldt met de daarbij horende informatie.

Stijl van leidinggeven

Jackelien Barelds vervult de functie 'leidinggevende' binnen de schoonmaakafdeling. Om de stijl van leidinggeven te beschrijven wordt gebruik gemaakt van de X- en Y-theorie van Douglas McGregor. Deze theorie geeft aan hoe een leidinggevende naar de medewerkers kijkt: een negatief mensbeeld of een positief mensbeeld.

De leidinggevende van de schoonmaakafdeling maakt gebruik van de Y-theorie. Deze theorie gaat uit van een positief mensbeeld. Opvattingen van deze theorie zijn:

- ✚ Werken is natuurlijk, net zo natuurlijk als spelen;
- ✚ Medewerkers willen verantwoordelijkheid dragen;
- ✚ Geld is niet de enige motiverende factor, aandacht werkt ook sterk motiverend;
- ✚ Medewerkers zijn van nature geneigd creatief mee te denken in het vinden van oplossingen voor problemen.

Managers die theorie Y aanhangen, betrekken mensen bij het werk en zijn meer **begeleidend** dan leidend bezig. (InfoNu, 2011).

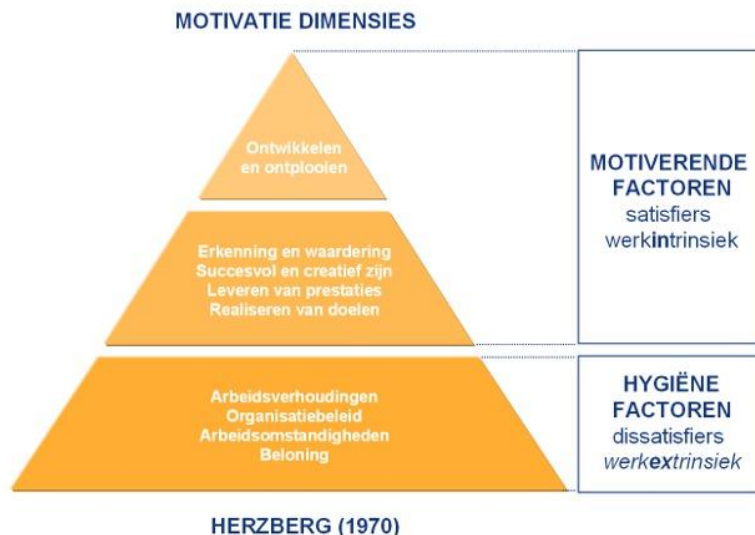
Staff

Het gemiddeld aantal personeelsleden (in fte) in 2013 bedroeg 7.584. De Radboud Manier van Werken vormt de basis van het werkgeverschap. Deze manier van werken ondersteunt in het realiseren van de ambities van het Radboudumc. Het vraagt van medewerkers dat ze verantwoordelijkheid nemen, elkaar aanspreken én vertrouwen, heldere afspraken maken en die ook nakomen. Openheid en oprechte aandacht zijn hierbij cruciale begrippen. Voor de Radboud Manier van Werken zijn onderstaande kernwaarden leidend:

- ✚ Betrokken zijn: oprechte betrokkenheid bij het welzijn van onze medemens. Gekenmerkt door vakkundigheid en oprechte aandacht.
- ✚ Excelleren: in het eigen werk en met elkaar.
- ✚ Samenwerken in je team: zo worden prestaties behaald. (Radboudumc, 2013)

Het Radboudumc neemt nieuwe medewerkers aan op basis van vacatures. Er ontstaat een behoefte vanuit een afdeling en deze behoefte kan een vacature vervullen.

Door middel van de motivatietheorie van Herzberg worden twee verschillende factoren onderscheiden van elkaar, namelijk de satisfiers en dissatisfiers (the Art of Management, z.d.).



Afbeelding 12: Motivatiedimensies van Herzberg (Bron: Managementinfo, z.d.)

Satisfiers hebben een directe werking op de werktevredenheid. Als ze niet meespelen in het werk ontstaat er geen negatieve situatie. Dit wil zeggen dat wanneer men bijvoorbeeld geen erkenning en waardering krijgt, er geen werkontevredenheid ontstaat.

Daartegenover staan de dissatisfiers. Wanneer de dissatisfiers niet werkzaam zijn, kunnen deze bijdragen aan werkontevredenheid. Wordt er wel voldaan aan de dissatisfiers, ontstaat er een neutrale toestand en is er geen sprake van werktevredenheid (the Art of Management, z.d.).

Satisfiers

Binnen de afdeling schoonmaak is ontwikkeling vanuit de werkvloer mogelijk. De coördinatoren uit eigen beheer zijn voornamelijk doorgegroeid vanuit de werkvloer. Een belangrijke factor voor de medewerkers zijn waardering en erkenning. De schoonmaakmedewerkers vinden het prettig wanneer zowel een interne- als externe klant aangeeft blij te zijn met de schoonmaakwerkzaamheden. Dit zijn motiverende factoren voor het schoonmaakpersoneel.

Dissatisfiers

Daarnaast kent de schoonmaakafdeling ook een aantal hygiëne factoren. Dit zijn factoren die niet met de inhoud van het werk te maken hebben. De arbeidsomstandigheden zijn goed binnen de schoonmaakafdeling. Het schoonmaakpersoneel werkt met ergonomische materialen, waardoor men veel aandacht aan veiligheid en gezondheid schenkt. De arbeidsverhoudingen tussen de verschillende schoonmaakpartijen zijn goed. Afdeling schoonmaak betreft de betreffende partijen zodat iedere partij inspraak heeft.

Sleutelvaardigheden

De patiënt en zijn kwaliteit van leven zijn altijd het vertrekpunt in al onze kerntaken: patiëntenzorg, onderzoek en onderwijs & opleiding.

Zoals hierboven staat beschreven heeft het Radboudumc drie kerntaken:

1. Patiëntenzorg

De patiëntenzorg van het Radboudumc onderscheidt zich van niet-academische ziekenhuizen. De organisatie biedt zorg aan patiënten met een zeldzame ziekte of aan patiënten die een zeer complexe behandeling moeten ondergaan.

Het Radboudumc biedt ook basiszorg, welke vergelijkbaar is met elk algemeen ziekenhuis in Nederland.

2. *Wetenschappelijk onderwijs*

Nieuwe kennis door middel van wetenschappelijk onderzoek is belangrijk voor de verbetering van de patiëntenzorg in het Radboudumc en daarbuiten. Daarnaast draagt wetenschappelijk onderwijs bij aan de opleiding voor zorgprofessionals. Het Radboudumc heeft een nauwe samenwerking met de Radboud Universiteit Nijmegen.

3. *Onderwijs en opleiding*

Het Radboudumc verzorgt vrijwel alle erkende medische opleidingen in samenwerking met de Radboud Universiteit Nijmegen, de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen (HAN), het ROC regio Nijmegen en Fontys Hogeschool in Eindhoven. (Radboudumc, 2013, p.9-11).

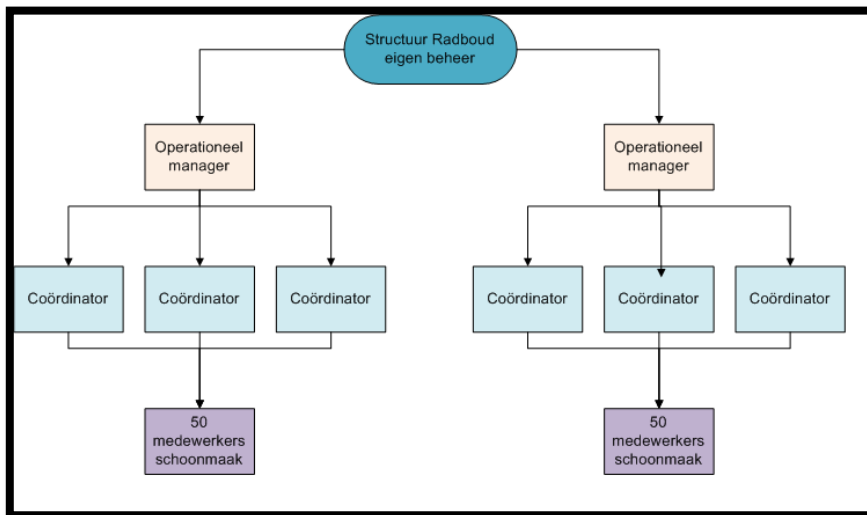
Significante waarden

De significante waarden hebben betrekking op de cultuur van de organisatie en de kernwaarden. Medewerkers en studenten van het Radboudumc volgen de missie die zich kenmerkt door drie kernwaarden (Radboudumc, z.d.), namelijk:

-  Betrokken zijn;
-  Excelleren;
-  Samenwerken.

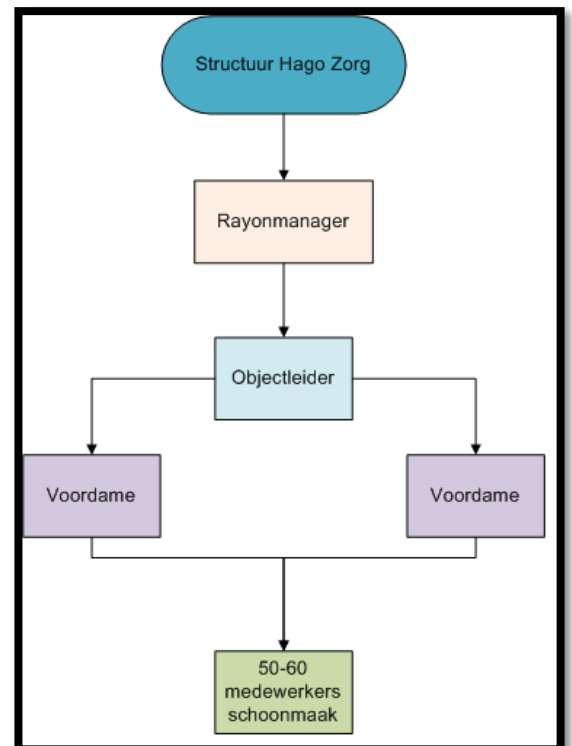
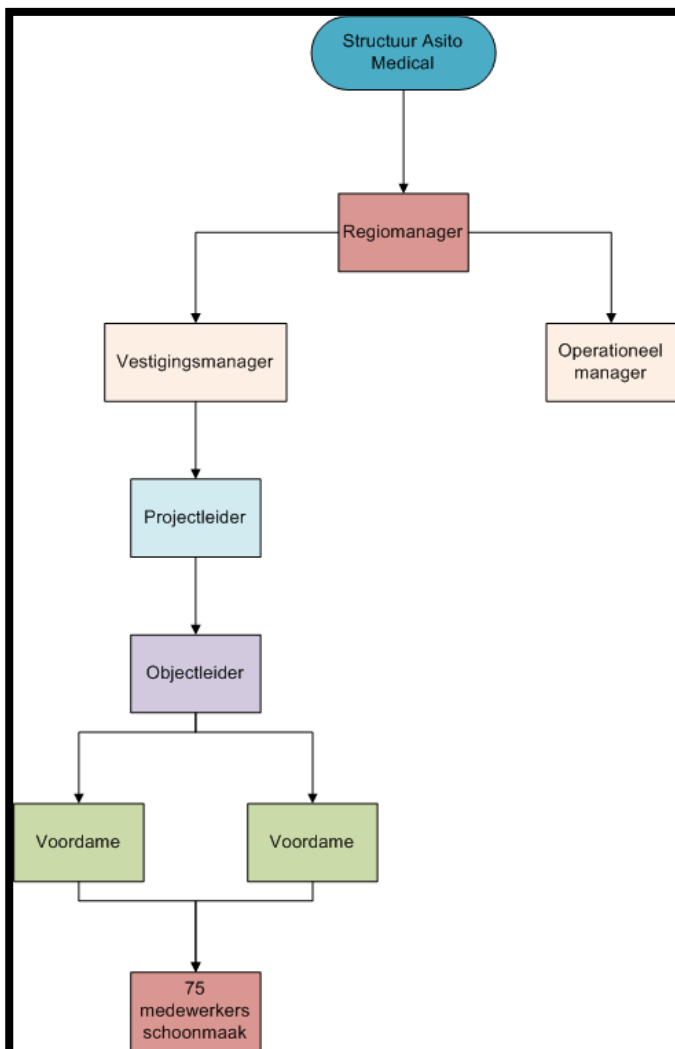
Bij het Radboudumc staat de mens en het kwaliteit van leven centraal. De organisatie biedt topklinische en topreferente zorg aan de patiënten van het ziekenhuis. Daarnaast heeft het Radboudumc een belangrijke maatschappelijke taak in het vergroten en verspreiden van kennis en kunde. Dit doen zij door middel van wetenschappelijk onderzoek te doen en onderwijs & opleiding te volgen. (Radboudumc, z.d.)

Structuur schoonmaakpartijen



Afbeelding 13: Structuren van schoonmaakpartijen binnen het Radboudumc

(Bron: Eigen werk, 2015)



Bijlage C : Omgevingsanalyse

Dit hoofdstuk geeft een beschrijving van de branche waarin afdeling schoonmaak van het Radboudumc opereert.

Volgens FMM (2015) zijn er in Nederland momenteel zo'n 12.510 schoonmaakbedrijven actief, waarvan 96 procent met 20 werknemers of minder. De uitbestedingsgraad van de schoonmaakbranche is hoog met een percentage van 85 procent.

De totale vraag naar schoonmaakdiensten loopt nog altijd terug. Dit is vooral te herleiden naar een structureel (>3 jaar) hoge leegstand van kantoren, met name in de Randstad. Als er minder kantoren zijn, zijn er minder vierkante meters en dus minder aanbod van werk voor de schoonmaakbranche. Een kleine compensatie kan verwacht worden door het intensiever gebruik van de resterende vierkante meters als gevolg van Het Nieuwe Werken. Als gevolg hiervan neemt de bezettingsgraad gemiddeld toe.

Oorzaken die aan deze verandering ten grondslag liggen zijn (FMM, 2015);

- ✚ Economische crisis (tijdelijke aard);
- ✚ Toenemend gebruik an ICT, mede aangewakkerd door 'Het Nieuwe Werken' (structureel);
- ✚ Afvlakkende bevolkingsgroei, of zelfs krimp in bepaalde gebieden (structureel);
- ✚ Dalende bevolkingsgroei (structureel en effect zal komende jaren toenemen);
- ✚ Een te royaal aanbod voor de crisis (structureel);
- ✚ Groeiende omzet.

	Naam	Groep	Plaats	Provincie	SBI-omschrijving	Omzet	Omvang	Personeel
1	Hago Nederland b.v.	Vebego	Heerlen	Limburg	Interieurreiniging van gebouwen	320.700	>100	4750
2	CSU Cleaning Services	CSU Cleaning Services BV	Uden	Noord-Brabant	Gespecialiseerde reiniging van gebouwen en industriële reiniging	310.363	>100	11723
3	ISS Cleaning Services	ISS Holding Nederland BV	De Meern	Utrecht	interieurreiniging van gebouwen	288.700	>100	11575
4	Asito Apeldoorn b.v.	ADG Diensten-groep	Almelo	Overijssel	Interieurreiniging van gebouwen	218.100	>100	9591
5	Gom Schoonhouden	Facilicom	Schiedam	Zuid-Holland	Interieurreiniging van gebouwen	209.000	>100	8067
6	EW Cleaning Operations b.v.	EW Facility Services	Arnhem	Gelderland	Interieurreiniging van gebouwen	70.900	>100	3540
7	Dolmans Groep		IJsselstein	Utrecht	gespecialiseerde reiniging	67.800	>100	2000
8	SchoonGroep Nederland		Zwolle	Overijssel	Ingenieurs/overig techn. ontwerp/advies	63.800	>100	3311
9	Hectas Facility Services		Arnhem	Gelderland	Interieurreiniging van gebouwen	62.000	>100	2650
10	Succes Schoonmaak	DieDrie	Volendam	Noord-Holland	Interieurreiniging van gebouwen	31.800	>100	1196

BRON: WWW.MARKTANALYSESCHOONMAAK.NL

Afbeelding 14: Overzicht top 10 schoonmaakbedrijven in Nederland (Bron: FMM, 2015)

Ondanks dat de gemiddelde omzet per bedrijf afneemt, heeft er de afgelopen jaren een groei in omzet plaatsgevonden binnen de schoonmaakbranche. Het marktaandeel van de top 5 aanbieders (CSU, ISS, Hago Nederland, Asito en Gom) is circa 24 procent en het marktaandeel van de top10-aanbieders is 30 procent. Het feit dat er veel familiebedrijven aanwezig zijn in de markt, waaronder nagenoeg alle grote bedrijven (met uitzondering van ISS) maakt de samenstelling van de branche bijzonder (FMM, 2015).

Bijlage D: Aankondiging evaluatiegesprek en –formulier.

Aan
Contactpersonen Schoonmaak

Van
Hago Zorg / Asito Medical

Cc
Afdeling Schoonmaak

Datum	Ons kenmerk	Pagina
5 juni 2015	20150123/MvdW/ Aankondiging evaluatiegesprek Schoonmaak	55 van 41

Onderwerp
Aankondiging evaluatiegesprek kwaliteit van schoonmaak

Beste schoonmaak contactpersoon,

Op (...-...-... **DATUM**) hebben wij een afspraak staan om de kwaliteit van schoonmaak in uw gebied te evalueren. Via deze memo willen wij u alvast informeren over wat u mag verwachten van dit gesprek.

De technische schoonmaak in ons ziekenhuis wordt gemeten aan de hand van een technische meting, genaamd VSR. Dit is een erkend meetsysteem in Nederland.

Naast de technische kwaliteit van schoonmaak, wordt er gekeken naar de schoonmaakbeleving. Deze beleving toetsen we aan de hand van een vragenlijst, die we (**jaarlijks / twee keer per jaar**) voorleggen aan de ca. 150 contactpersonen in ons ziekenhuis.

Qua beleving van schoonmaak streeft het Radboudumc minimaal naar een rapportcijfer 7. Bijgaand kunt u alvast onze questionnaire inzien welke we tijdens ons gesprek met u zullen doornemen.

We willen u vriendelijk vragen om een goede voorbereiding te treffen voor ons gesprek. Het helpt ons erg als u een goede feedback kunt geven over de kwaliteit van schoonmaak van de afgelopen (**6 / 12**) maanden. Kijk daarbij niet alleen naar uw eigen kamer of gang, maar vorm een beeld van uw volledige gebied in gebouw (**M...., verdieping....**). Vraag bijvoorbeeld ook aan uw collega's hoe zij de schoonmaak ervaren.

Naast een gesprek van ongeveer 45 minuten, hebben wij 15 minuten gereserveerd om een ronde te lopen door uw gebied.

Voor de volledigheid vindt u bijgaand ook het overeengekomen schoonmaakprogramma voor uw gebied. Hier kunt u aflezen welke werkzaamheden in welke frequentie u mag verwachten van de betreffende schoonmaakpartij. Tevens vindt u in bijlage het verslag van ons voorgaande evaluatiegesprek.

Tevens willen wij van deze gelegenheid gebruik maken om u te verzoeken alle toekomstige meldingen en klachten te melden bij onze servicedesk 18000. Zo dragen we er zorg voor dat alles goed geregistreerd wordt, we tijdig kunnen acteren en we kunnen blijven leren.

Wij danken u alvast hartelijk voor uw feedback!

Hago Zorg / Asito Medical
Maartje van de Wall (Contractmanager)

Bijlagen;
Questionnaire

Evaluatieformulier		  	
Asito / Eigen beheer / Hago			
Gebouw - Afdeling		Datum	
Naam		1e/2e evaluatie	
1 Voldoet de schoonmaakdienstverlening aan uw verwachtingen wat betreft:			
Medewerker/ster?	☐ Goed	☐ Voldoende	☐ Matig ☐ Onvoldoende
Coördinator/voorwerkster?	☐ Goed	☐ Voldoende	☐ Matig ☐ Onvoldoende
Inval/vakantie krachten?	☐ Goed	☐ Voldoende	☐ Matig ☐ Onvoldoende
SLA / DVA?	☐ Goed	☐ Voldoende	☐ Matig ☐ Onvoldoende
Tijdstip?	☐ Goed	☐ Voldoende	☐ Matig ☐ Onvoldoende
Klantgericht werken?	☐ Goed	☐ Voldoende	☐ Matig ☐ Onvoldoende
2 Is de procedure mbt desinfectie /eindreiniging bekend en wordt deze altijd goed opgevolgd?*			
3 Is de verdeling van schoonmaakwerkzaamheden in de bed-/patiëntomgeving duidelijk?*			
4 Zijn er het afgelopen halfjaar klachten of meldingen geweest?			
Hoe vaak?	0-2	2-4	4-6 6 of meer
Waar gemeld?	☐ 18000	☐ schoonmaker	☐ coördinator/ voorwerker ☐ elders.....
Tevredenheid over actie?	☐ Goed	☐ Voldoende	☐ Matig ☐ Onvoldoende
5 Afgesproken acties n.a.v. vorige verslag			

6 Verbeterpunten / Acties / Overige zaken	Actiehouder:	Gerealiseerd voor:

7 Kunt u met een cijfer aangeven hoe u de toereikendheid van het programma ervaart? _____

Onderbouwing van het cijfer:

8 Kunt u met een cijfer aangeven hoe u de invulling van het programma door de partij ervaart? _____

Onderbouwing van het cijfer:

9 Kunt u aangeven waarop u let bij het beoordelen van de schoonmaak? Wat is voor u echt belangrijk?

Handtekening afdeling:

Handtekening schoonmaak:

Afbeelding 15: Evaluatieformulier voor schoonmaakbelevingsmetingen bij interne klanten (Bron: Afdeling schoonmaak, 2015)

Bijlage E: Interviewvragen adviesbureau/ expert

AGENDA

VOORAF

1. Voorstellen
2. Afspraken vooraf.
tijd, agenda, verslag interview wordt toegestuurd ter verificatie, toestemming voor opnemen, hoe verder contact bij vragen)
3. Doel interview

Doel interview

Het doel is om te komen tot aanbevelingen voor het meten van schoonmaakbeleving aan contractmanager schoonmaak van het Radboudumc. Hoe dient afdeling schoonmaak dit te meten bij hun klanten: dus bij bezoekers, patiënten, medewerkers en studenten.

Kortom: Ik doe onderzoek naar het meten van schoonmaakbeleving, met name naar de prestatie-indicatoren die van belang hierbij zijn. Het Radboudumc wil ook graag informatie per ruimtesoort.

AGENDA Interview

1. Hoe ziet uw organisatie klantbeleving en wat zijn ontwikkelingen in het meten van klantbeleving? (visie en onderliggende modellen-bijv. SERVQUAL, ander model? - zijn er veranderingen in het kijken naar klantbeleving bij schoonmaakbedrijven enerzijds en regie –organisaties anderzijds?
Wat zijn tegenwoordig belangrijke KPI's voor schoonmaakbeleving? -zien jullie veranderingen daarin?
2. Welke instrument(en) heeft de organisatie voor het meten van klantbeleving?
 - Wat zijn de verschillen tussen de instrumenten?
 - Welke voor het totaal aan facilitaire diensten? Welke indicatoren? Hoe gemeten?
 - En/of voor SDV specifiek? Welke indicatoren? Hoe gemeten?
 - En/of voor SDV in ziekenhuizen? Welke indicatoren? Hoe gemeten?
3. Welke prestatie-indicatoren van SDV meten jullie? (waarom die?) Hoe delen jullie ze in?
Zijn nog andere indicatoren van belang? / Merken jullie dat er indicatoren missen?
Welke indicatoren zijn voor SDV volgens uw organisatie het belangrijkste
4. Informatie over instrument(en) :
 - Instrument geschikt voor alle klantgroepen? Aanpassen instrument mogelijk?
 - Welke indicatoren (aspecten-dimensies) van beleving worden gemeten?
 - Hoe komt het totaaloordeel tot stand? (wordt een totaaloordeel gevraagd of volgt dit uit invullen deelaspecten? Zijn er wegingsfactoren? Zo ja, waarom die? Hoe ontstaan? Ontstaan door onderzoek?
 - Is er een norm ingebouwd voor voldoende – onvoldoende? Waarom wel of niet? Zo ja, hoe? Kan de opdrachtgever die norm zelf bepalen? .
 - Frequentie en moment van afnemen (Permanent/ ..keer per jaar? Wat is geschikt moment?)
 - Hoe worden kosten voor afnemen berekend?
 - Minimale omvang van steekproef ? Per klantgroep)?
 - Demo beschikbaar?
5. Ervaringen bij de wijze van afnemen en invloed op de hoogte van de respons bij verschillende klantgroepen in een ziekenhuis (op papier zoals bijv bij hotels of digitaal (mail, app, link naar website)(rol social media?)
 - Welke wijze van afnemen is geschikt voor patiënten? (klinisch)
 - Welke wijze is geschikt voor bezoekers (poli-klinische patiënten en bezoekers van bezoeken)
 - Welke voor werknemers, studenten?
6. Wijze van verwerken (zelf doen of uitbesteden van afnemen en verwerken? Hoe doen hotels en grote schoonmaakbedrijven het? En andere ziekenhuizen? -Benodigde kennis en capaciteit voor verwerken)
7. Demo op website te bekijken?
8. Verslaglegging interview en verder contact.

Bijlage F: Vragenlijst schoonmaakbeleving

0. U bevindt zich nu bij....

(Omcirkel wat van toepassing is)

- a. Poliplein
- b. Poli KNO
- c. Hoofdingang
- d. Studiecentrum
- e. Researchtoren
- f. Verpleegafdeling Heelkunde
- g. Verpleegafdeling Neurologie

1. Bent u.....

(Omcirkel wat van toepassing is)

- a. Patiënt
- b. Bezoeker
- c. Medewerker
- d. Ingehuurde medewerker
- e. Onderzoeker
- f. Student

2. Wat is uw gemiddeld aantal bezoeken per jaar aan het Radboudumc?

(Omcirkel wat van toepassing is)

- a. 1-2
- b. 3-5
- c. 6-10
- d. 11 of meer

3. Welke ruimtes vindt u belangrijk qua beleving van schoon?

Rangschikken van 1 tot 10 in volgorde van belangrijkheid, waarbij 10 het minst belangrijk is.

- ☐ a. (Hoofd)ingangen
- ☐ b. Algemene ruimtes (gangen, trappenhuizen e.d.)
- ☐ c. Wachruimtes
- ☐ d. Restauratieve ruimtes
- ☐ e. Sanitaire ruimtes
- ☐ f. Verpleegkamers
- ☐ g. Onderzoekskamers/behandelkamer/spreekkamer
- ☐ h. Laboratoria
- ☐ i. Werkplekken/kantoren
- ☐ j. Anders, namelijk.....

4. Waar let u dan specifiek op in deze ruimtes?

Rangschikken van 1 tot 7 in volgorde van belangrijkheid, waarbij 7 het minst belangrijk is.

- ☐ a. Vloeren
- ☐ b. Wanden
- ☐ c. Meubilair
- ☐ d. Apparatuur en materiaal
- ☐ e. Ramen
- ☐ f. Hoekjes, randen en richels
- ☐ g. Anders, namelijk.....

5. Wat beïnvloedt uw schoonmaakbeleving het meest?

Rangschikken van 1 tot 10 in volgorde van belangrijkheid, waarbij 10 het minst belangrijk is.

- ☐ a. Stof en spinnenraggen
- ☐ b. (Vinger)vlekken
- ☐ c. Rommel/ niet opgeruimd
- ☐ d. Afval / rondslingerend of volle bakken
- ☐ e. Geur
- ☐ f. Aftekenlijsten van de schoonmaak
- ☐ g. Zichtbaarheid van de schoonmaakmedewerker
- ☐ h. Presentatie en communicatie van de schoonmaakmedewerker
- ☐ i. Staat van onderhoud van het gebouw
- ☐ j. Anders, namelijk.....

6. Wat vindt u van de schoonmaak op dit moment?

(Omcirkel wat van toepassing is)

- a. Goed
- b. Matig
- c. Slecht

Kunt u uw mening onderbouwen?

.....

.....

.....

.....

.....

7. Wilt u ons nog iets meegeven ten aanzien van de schoonmaak in dit ziekenhuis?

.....

.....

.....

Bijlage G: Interviewvragen hotel / academisch ziekenhuis

AGENDA

VOORAF

1. Voorstellen
2. Afspraken vooraf.
tijd, agenda, verslag interview wordt toegestuurd ter verificatie, toestemming voor opnemen, hoe verder contact bij vragen)
3. Doel interview

Doel interview

Het doel is om te komen tot aanbevelingen voor het meten van schoonmaakbeleving aan contractmanager schoonmaak van het Radboudumc. Hoe dient afdeling schoonmaak dit te meten bij hun klanten: dus bij bezoekers, patiënten, medewerkers en studenten.

Kortom: Ik doe onderzoek naar het meten van schoonmaakbeleving, met name naar de prestatie-indicatoren die van belang hierbij zijn. Het Radboudumc wil ook graag informatie per ruimtesoort.

AGENDA Interview

4. Hoe ziet uw organisatie klantbeleving en wat zijn ontwikkelingen in het meten van klantbeleving?
5. Welke instrument(en) heeft de organisatie voor het meten van klantbeleving?
 - Welke indicatoren? Hoe gemeten?
6. Welke prestatie-indicatoren van SDV meten jullie? (waarom die?) Hoe delen jullie ze in?
Zijn nog andere indicatoren van belang? / Merken jullie dat er indicatoren missen?
Welke indicatoren zijn voor SDV volgens uw organisatie het belangrijkste
7. Informatie over instrument(en) :
 - Instrument geschikt voor alle klantgroepen? Aanpassen instrument mogelijk?
 - Welke indicatoren (aspecten-dimensies) van beleving worden gemeten?
 - Hoe komt het totaaloordeel tot stand? (wordt een totaaloordeel gevraagd of volgt dit uit invullen deelaspecten? Zijn er wegingsfactoren? Zo ja, waarom die? Hoe ontstaan? Ontstaan door onderzoek?
 - Is er een norm ingebouwd voor voldoende – onvoldoende? Waarom wel of niet? Zo ja, hoe? Kan de opdrachtgever die norm zelf bepalen? .
 - Frequentie en moment van afnemen (Permanent/ ..keer per jaar? Wat is geschikt moment?)
 - Hoe worden kosten voor afnemen berekend?
 - Minimale omvang van steekproef ? (Per klantgroep)?
 - Demo beschikbaar?
8. Ervaringen bij de wijze van afnemen en invloed op de hoogte van de respons bij verschillende klantgroepen in een ziekenhuis (op papier zoals bijv bij hotels of digitaal (mail, app, link naar website)(rol social media?)
 - Welke wijze van afnemen is geschikt voor patiënten? (klinisch)
 - Welke wijze is geschikt voor bezoekers (poli-klinische patiënten en bezoekers van bezoekuur)
 - Welke voor werknemers, studenten?
9. Wijze van verwerken (zelf doen of uitbesteden van afnemen en verwerken? Hoe doen hotels en grote schoonmaakbedrijven het? En andere ziekenhuizen? -Benodigde kennis en capaciteit voor verwerken)
10. Demo op website te bekijken?
11. Verslaglegging interview en verder contact.

Bijlage H: Labels adviesbureaus

Atir Almere	Twente Quality Center Hengelo	Key-Quality Sittard
Doel		
	“Eigenlijk is dat de ultieme manier om te achterhalen hoe mensen denken over producten en diensten die jij aanbiedt. En de klant is bepalend. Het is natuurlijk nooit zo dat je het voor iedereen voor 100% tevredenheid doet.” (Berendsen, 2015) <u>Bedoeld wordt: Het is een manier om te weten hoe mensen denken over producten en diensten die jij aanbiedt. Hoe beleeft de medewerker het, hoe tevreden is hij erover?</u>	“De ene noemt het beleving en de ander noemt het medewerkertevredenheid.” (Mulders, 2015). <u>Bedoeld wordt: Beleving onder medewerkers is hetzelfde als medewerkertevredenheid.</u>
Doel		
“Wat zijn de eyecatchers, wat beïnvloedt nou echt die beleving van die verschillende doelgroepen in welke ruimten en welke elementen.” (van Dijken, 2015) <u>Bedoeld wordt: Wat zijn de belangrijke aspecten van schoonmaakbeleving? Wat valt de klanten op en wat beïnvloedt daardoor nou echt die beleving van die verschillende doelgroepen?</u> “Het doel is altijd beleving = technische kwaliteit” (van Dijken, 2015) <u>Bedoeld wordt: Het resultaat van de technische meting zou gelijk moeten zijn aan de uitkomst van de belevingsmeting.</u> De uitkomst van de technische kwaliteit gebruik je ook weer om afspraken te maken met je dienstverlener voor meer of beter.” (van Dijken, 2015) <u>Bedoeld wordt: Het vergelijken van de resultaten van een belevingsmeting met de resultaten van de technische meting kan leiden tot nieuwe afspraken met de schoonmaakdienstverlener voor meer of een betere dienstverlening.</u>	“Klantbelevingsmetingen zijn goed om te doen want ze geven je wel een beeld en kunnen je wel grofweg wat veranderingen aangeven, maar over de hele linie en gemiddelde scheelt het niet. Wil je écht weten wat er speelt, dan moet het verifieerbaar zijn en moet je kunnen achterhalen waar het gemeten is en waar het opgemerkt is. Dus hoe gedetailleerder de informatie, hoe beter de informatie. Je wil zo secuur mogelijk weten wat er speelt in die organisatie met betrekking tot schoonmaakdienstverlening, maar het is wel heel erg object gebonden.” (Berendsen, 2015) <u>Bedoeld wordt: Volgens deze respondent is het van belang om specifieke informatie te krijgen met betrekking tot schoonmaakbeleving. Tijdens het meten is het van belang om te weten waar het gemeten is en waar dingen zijn opgemerkt.</u> “Eigenlijk is het om te achterhalen of je meer moet doen met het programma. Of het programma wel genoeg is.” (Berendsen, 2015). <u>Bedoeld wordt: Een belevingsmeting doe je om te weten of het schoonmaakwerkprogramma voldoende is.</u> Je kunt niet sturen als je alleen twee vragen stelt met een cijfer, want dan weet je nog niks. Je moet niet turen, maar sturen.” (Berendsen, 2015) <u>Bedoeld wordt: Met twee rapportcijfers kun je niets zeggen over de schoonmaakbeleving.</u>	“Als ze dit rapport zien is het de zaak om de punten waar weinig op wordt gescoord te verbeteren. Maar dan hebben wij daar geen zicht meer op, dus moeten ze zelf aan de slag met verbeterplannen en zorgen dat het goed gecommuniceerd wordt.” (Mulders, 2015) <u>Bedoeld wordt: Nadat de beleving gemeten is, heeft de organisatie inzichtelijk op welke ruimtes er niet goed gescoord is. Dit rapport is voor de schoonmaakdienstverlener erg belangrijk, aangezien ze hierdoor weten op welke punten niet goed gescoord wordt. Uiteindelijk kunnen ze hierdoor het werkprogramma aanpassen en zorgen dat de beleving omhoog gaat.</u>
Relatie technische vs. belevingsmeting		
“Maar met technisch meten kijk je naar de afspraken die je hebt gemaakt en die toets je.” (van Dijken, 2015) <u>Bedoeld wordt: Met een technische meting kan worden beoordeeld of de schoonmaakdienstverlener voldoet aan de gemaakte afspraken.</u> “Maar de beleving is niet goed, dus	“Je hebt het bestek, daarin onderzoek je de elementen die belangrijk zijn en die kent punten aan toe. Dan weet je wat je objectief gescoord hebt. Dat is een redelijk betrouwbaar beeld van wat er op dat moment is.” (Berendsen, 2015) <u>Bedoeld wordt: Met een technische meting weet je wat je objectief gescoord hebt.</u>	

misschien moet je juist terug of de afspraken die je hebt gemaakt wel goed zijn.” (van Dijken, 2015)

Bedoeld wordt: Wanneer de beleving niet goed scoort betekent dat niet dat de schoonmaakdienstverlener zijn taken niet goed uitvoert, het betekent dat het programma niet voldoende is.

“Je mag eigenlijk ook niet verwachten dat mensen het programma kennen. De afspraken met de dienstverlener zijn voor hen niet interessant.” (van Dijken, 2015)

Bedoeld wordt: Je mag niet verwachten dat gebouwgebruikers het schoonmaakprogramma kennen.

“Wij hebben een systeem ontwikkeld waarin de technische kwaliteit wordt gemeten, maar wij willen wel dat de beleving aansluit daarbij. Dus de technische meting moet je niet verliezen, want het zijn wel echt twee verschillende dingen en dan is het interessant om te kijken van ‘is dat programma dat afgesproken is met die dienstverlener en wat technisch getoetst wordt, de dienstverlener voert het allemaal keurig uit, maar misschien moeten we dat niveau een beetje .. misschien moeten we andere afspraken maken met die dienstverlener dat ie meer gaat doen. Want dan, sluit het wel beter aan. Want dan gaat de beleving omhoog, nou dan de technische kwaliteit is wel goed, maar dat betekent eigenlijk alleen maar dat de dienstverlener doet wat hij moet doen.” (van Dijken, 2015)

Bedoeld wordt: Adviesbureau Atir heeft een systeem ontwikkeld waarmee ze technische kwaliteit langs de belevingskwaliteit leggen. Deze dient gelijk aan elkaar te zijn.

“De technische meting is een mooie tegenhanger van belevingsmeting en de belevingsmeting is omgekeerd ook een mooie tegenhanger van de technische meting. Door die aan elkaar te koppelen kun je ze vergelijken. Dus als jij vraagt ‘wat vind je van het toilet?’ dan moet je op zijn minst ook de technische meting van het toilet hebben. En als dat uit de pas gaat lopen, dan wordt het interessant want dan is het ; waar ligt dat dan aan? Hoe kan dat nou? Want dan is kennelijk de beleving anders en dan moet je dat gaan doorgronden en meteen vertalen naar een technische meting.” (Berendsen, 2015)

Bedoeld wordt: Door de technische kwaliteit aan de belevingskwaliteit te koppelen, kun je een vergelijking maken. Ze dienen hetzelfde te zijn, maar wanneer dat niet is dan zou je iets met het schoonmaakprogramma moeten doen.

Prestatie-indicatoren

“Je kunt meten per ruimtecategorie. Wat voor soorten ruimten heb je en dan wel rekening houden met hoe die doelgroepen dat ervaren. Dus je kijkt per doelgroep welke route iemand loopt. Dus je hebt verschillende ruimtecategorieën en per doelgroep kijken welke ruimtecategorie dan extra belangrijk is.” (van Dijken, 2015)

Bedoeld wordt: Adviesbureau Atir meet de beleving per ruimte. Het is wel belangrijk om te weten welke ruimtes belangrijk zijn voor de verschillende doelgroepen.

“Op indicatorruimtes en die zijn ontvangthal, werkplek, toiletruimte, koffiehok en kantine. (Berendsen, 2015)

Bedoeld wordt: Adviesbureau Twente Quality Center meet de beleving op indicatorruimtes, namelijk: ontvangthal, werkplek, toiletruimte, koffiehok en kantine.

“We stellen altijd een aantal selectievragen dus dan moeten ze aangeven ‘in welk gebouw bent u werkzaam’, ‘wat voor afdeling’, ‘hoelang bent u al werkzaam bij Reinstaete’. En dan gaan we vragen stellen over de ruimte categorieën en dan meten we ook de kwaliteitsaspecten.” (Mulders, 2015)

Bedoeld wordt: Adviesbureau Key Quality meet de beleving op ruimte. Zij vragen één totaalcijfer per ruimte, waarna zij vier kwaliteitsaspecten vragen.

Beïnvloedende factoren

Het is interessant om te weten of dat dan verschillende factoren zijn bij de verschillende doelgroepen. Dat kan bij een patiënt een heel ander proces zijn dan bij een bezoeker of een medewerker. En dat is interessant om

“Je kunt klanten vragen naar beleving en dat is prima, maar dan moet je wel proberen te onderscheiden of er andere dingen meespelen die eigenlijk geen meetresultaat geven van de werkelijke schoonmaak. Wat beoordeelt

dat te weten: welke factoren vinden zij belangrijk? "(van Dijken, 2015) <u>Bedoeld wordt: Welke factoren vinden de verschillende doelgroepen belangrijk?</u> "Er zijn ook nog andere factoren van invloed op de beleving, zoals bijvoorbeeld hoe oud is een gebouw. Dan heb je het over gebouwonderhoud en wanden die er slecht uit zien. Maar daar kan de schoonmaak niks aan doen. Maar voor de beleving, de schoonbeleving, lijkt het vies en geef je geen 8." (van Dijken, 2015) <u>Bedoeld wordt: Adviesbureau Atir geeft aan dat verschillende factoren invloed hebben op de schoonmaakbeleving van de gebouwgebruiker, waaronder onder andere de staat van onderhoud van het gebouw.</u>	ie?"(Berendsen, 2015) <u>Bedoeld wordt: Bij het meten van beleving is het belangrijk om de omgevingsfactoren buiten beschouwing te laten.</u> "En dat is voor iedere ruimte andere eisen. Al die omgevingsfactoren die een rol kunnen spelen in de gemoedstoestand van mensen. Een slechte staat van onderhoud over het algemeen leidt tot een lagere beoordeling. Die perceptie wordt gekleurd en die kleur moet je eraf halen, zodat je naar zuivere perceptie gaat. Dan kom je het fenomeen dat je kunt vragen: 'wat vond je ervan?' maar je kunt ook vragen naar feiten ; wat heb je dan concreet waargenomen."(Berendsen, 2015) <u>Bedoeld wordt: Gebouwgebruikers hebben een perceptie met betrekking tot de schoonmaakbeleving. Het is belangrijk dat omgevingsfactoren niet meespelen in deze perceptie, zodat je een zuivere perceptie meet.</u> "Communicatie naar medewerkers is heel belangrijk dat ze weten wat medewerkers wel en niet mogen verwachten. Mensen hebben gewoon verwachtingen, of ze nou terecht of onterecht zijn."(Berendsen, 2015) <u>Bedoeld wordt: Je kunt verwachtingen beïnvloeden door naar gebouwgebruikers te communiceren wat ze wel en niet mogen verwachten van de schoonmaakdienstverlening.</u> "Het is ook belangrijk om op te hoogte te zijn van wat er speelt in het bedrijf. Als er net een ontslag golf is geweest dat je dan ook in je achterhoofd hebt van dat zal mogelijk meegespeeld hebben. " (Berendsen, 2015) <u>Bedoeld wordt: De sfeer in een bedrijf heeft invloed op de schoonmaakbeleving van de medewerkers.</u>
Soort meetinstrument <i>Smileys</i> Je vraagt uiteindelijk naar 'Ben je blij, is het goed, is het schoon, heb je een goed gevoel?' . Misschien moet je niet met cijfers werken, maar met smileys. De respondent beoordeelt dan de ruimte met een smiley."(van Dijken, 2015) <u>Bedoeld wordt: Je vraagt respondenten of ze blij zijn en of ze het schoon vinden, een smiley vult men makkelijker in omdat het dicht bij je gevoel staat.</u> "Je hebt dan 3 of 4 smileys en die kun je later wel vertalen naar een cijfer. Het gaat er uiteindelijk om wat je voelt." (van Dijken, 2015) <u>Bedoeld wordt: Smileys kun je achteraf vertalen naar een cijfer.</u> "Die smiley ligt dicht bij je gevoel dan een cijfer. Want daar zit een normering	

achter wanneer iemand een bepaalt cijfer geeft. En die normering wil je er niet bij, je wil het pure gevoel.” (van Dijken, 2015)

Bedoeld wordt: Een smiley ligt dichterbij je gevoel dan een cijfer, aangezien daar geen normering achter zit. Je wil geen normering van respondenten bij het beoordelen van schoonmaakbeleving, je wil een gevoel.”

Voor- en nadelen smileys

“Het haalt het effect van die cijfers eruit. Je kan vervolgens wel na die tijd de smiley koppelen aan een cijfer” (van Dijken, 2015).

“Smileys zijn op de eerste oogopslag iets makkelijker want daar ben je tegenwoordig wel heel bekend mee door alle smartphones en dergelijke” (Berendsen, 2015).

“Smileys zijn alleen maar bedoelt om de gemoedstoestand te weergeven” (Berenssen, 2015).

“Bij een lager niveau zijn smileys veel sprekender” (Mulders, 2015).

“Smileys zijn meer geschikt voor een driepuntschaal en dan heb je niet veel differentiatie en dat vind ik jammer voor de prioriteitenmatrix” (Mulders, 2015).

Vragenlijst met positieve en negatieve antwoordmogelijkheden Schaal

“Onze onderzoeken zijn meestal zo opgebouwd: je vraagt naar één totaalcijfer van ‘ hoe tevreden ben je over de schoonmaak?’ en die stel je in het begin, omdat mensen dan nog onbevange een antwoord geven. Dat gebeurt op rapportcijfer van 1 tot 10,”(Mulders, 2015)
Bedoeld wordt: In het begin van de vragenlijst vraagt adviesbureau Key Quality een totaalcijfer voor de algehele schoonmaak. Deze vraagt men in het begin, aangezien men dan nog onbevange antwoord kan geven.

“en daarna krijg je een aantal thema’ s (zoals bureaunkamer, sanitair, etc.) en dan kwaliteitsaspecten van medewerkers (zoals afspraken). Per thema wordt gevraagd om een rapportcijfer te geven op het geheel en over kwaliteitsaspecten geef je antwoord op een schaal van positieve en negatieve antwoordmogelijkheden. Bijvoorbeeld bij werkplek vraag je eerst een cijfer en vervolgens op schaal vraag je naar frequentie, de bureau/werktafel, rest van interieur, vloer en prullenbakken.” (Mulders, 2015)

Bedoeld wordt: De vragenlijst is opgebouwd uit een aantal ruimtesoorten. Per ruimtesoort vraagt men eerst om een rapportcijfer te geven voor die ruimtesoort waarna er een aantal aspecten komen waarop respondenten antwoord dienen te geven door middel van een schaal van positieve en negatieve antwoordmogelijkheden.

Voor- en nadelen schaal		
	“Dit doe je om er een beetje nuanceren in te krijgen. Je ziet hier eigenlijk dat er maar twee keuzes zijn, want het is negatief of het is positief” (Berendsen, 2015) “Mensen willen toch een beetje genuanceerd antwoord geven. En soms vinden ze het onvoldoende, maar niet écht onvoldoende, maar als ze het dan een onvoldoende geven dan komt dat zo hard over bij wijze van spreken. Dus dan zeggen ze van ‘als ik kan zeggen enigszins mee eens’ dan verzacht dat de omstandigheden. Maar uiteindelijk kun je dat toch weer groeperen tot negatief en positief” (Berendsen, 2015)	“Bij vijfpuntschaal kun je iets meer differentiëren en vooral met een prioriteitenmatrix is dat makkelijk” (Mulders, 2015)
Belangrijke elementen in vragenlijst		
	“Je vraagt naar recente beleving. Bent u tevreden? Nee. Oke wat heeft u daar dan concreet aangetroffen? En dan krijgen mensen een hele waslijst met dingen die ze kunnen hebben aangetroffen en dan kunnen ze het aanvinken. Deze kun je gewoon benoemen en dan krijg je een heel reëel beeld. En als je dan ook nog weet waar het geweest is, dan geeft het jou als ontvanger van dat gegevens veel meer informatie van ‘is dit nu een indicent of is het structureel dat het regelmatig terugkomt?’ En als je weet die medewerker zit op die verdieping, dan kun je zelf een invulling maken van welke ruimtes hij gebruik gemaakt. Dus eigenlijk moet je die detailinformatie gebruiken om er iets mee te kunnen doen.” (Berendsen, 2015) <u>Bedoeld wordt: Het is belangrijk om respondenten naar recente belevingen te vragen. Wanneer zij niet tevreden zijn, is het van belang om te weten wat zij concreet hebben aangetroffen. Wanneer je weet waar en wat het is, kun je erop sturen.</u> “Hoe meer mensen je ondervraagt: hoe stabiel het gemiddelde is. Je wil de stand van zaken in een gebouw weten. Medewerkers hebben vaste looproute en vaste verblijfplekken.” (Berendsen, 2015) <u>Bedoeld wordt: Voor een belevingsmeting is het volgens Twente Quality Center belangrijk om zoveel mogelijk mensen te bevragen.</u>	“Die onderliggende stellingen worden gesteld om uiteindelijk een prioriteitenmatrix te maken.” (Mulders, 2015) <u>Bedoeld wordt: Adviesbureau Key Quality vraagt naar aspecten, aangezien hiermee en prioriteitenmatrix gemaakt kan worden. Hierdoor kan de opdrachtgever zien op welke punten minder goed gescoord wordt door de schoonmaakdienstverlener.</u>
Wijze van afnemen		
“Gewoon met de Ipad en dan lopen we rond en dan komen we in die ruimte die jij benoemt en dan per doelgroep.” (van Dijken, 2015) <u>Bedoeld wordt: Adviesbureau Atir neemt de enquête digitaal af met een</u>	“Het is natuurlijk zo dat je voor verschillende doelgroepen verschillende maatstaven moet ontwikkelen. VSR kan hem via een website aanbieden. Ben je tevreden over iets en iemand zegt ‘nee’ dan krijgen ze een popupscherm met	“Bij Reinstaete ziekenhuis in Arnhem ondervragen we alle medewerkers. Wij onderzoeken altijd online. Dus de medewerkers krijgen dan een algemene link. Wij zeggen meestal ondervraag

<u>iPad.</u>	andere vragen. Dit moet je niet met een schriftelijke enquête doen.” (Berendsen, 2015) <u>Bedoeld wordt: Adviesbureau Twente Quality Center neemt de enquête af via een website. De website past de vragen automatisch aan, op basis van de antwoorden die de respondent geeft.</u>	iedereen die daarmee te maken heeft en dan zo veel mogelijk mensen, zodat je echt een gemiddelde hebt. En de manier waarop wij het doen is eigenlijk anoniem, dus je weet nooit van wie de antwoorden komen. Je weet wel afdeling, maar meer niet. Met een gesprek ga je meer op personen kijken en denken ‘ hoe kan ik die meer pleasen’. Bezoekers en patiënten bevragen we bij het Reinstaete ziekenhuis in Arnhem niet, want dan moet je met papieren vragenlijsten langsgaan en dan heb je heel veel papier en dan heb je heel veel inspanning nodig van medewerkers van de afdeling die weten waar je wel en niet heen kunt (Mulders, 2015). <u>Bedoeld wordt: Adviesbureau Key Quality neemt al hun enquêtes online af. Dit betekent dat ze alle medewerkers een link sturen, waarmee zij de vragenlijst kunnen invullen. Respondenten vullen de vragenlijst anoniem in.</u>
Frequentie		
	“De bedoeling is om de enquête frequent af te nemen en dat kan één keer per jaar, één keer per twee jaar. Één keer per jaar kan goed, je zou het zelfs twee keer per jaar kunnen doen, maar dan alleen als er veranderende omstandigheden zijn geweest dan is dat de aanleiding om nog een keer extra te gaan of als er veel opmerkingen waren en dat je zegt; is het handig om even te polsen of er veranderingen zijn? Maar dan hoeft je niet die hele enquête te doen, dan kun je ook alleen die aspecten die er voor jou toe doen te vragen.” (Berendsen, 2015) <u>Bedoeld wordt: Adviesbureau Twente Quality Center neemt de enquêtes gemiddeld één keer per jaar af. wanneer er veranderende omstandigheden zijn is het handig om dit vaker te doen. In dit geval is er geen vragenlijst nodig, maar kan de schoonmaakverantwoordelijke gewoon even binnen komen lopen bij de desbetreffende medewerker.</u> “We gaan ieder kwartaal een paar vragen uitzetten, maar wel vragen waar we écht wat aan hebben. Dus dat je ook echt weet wie er meedoet en niet anoniem, niet omdat we dat tegen je gaan gebruiken maar omdat we willen weten over welke ruimtes we het hebben, zodat we dat kunnen herleiden aan je naam.” (Berendsen, 2015) <u>Bedoeld wordt: Adviesbureau Twente Quality Center geeft aan dat je beter per kwartaal een paar vragen kan uitzetten, zodat je er écht wat aan hebt. Dus per kwartaal een andere ruimtesoort bevragen.</u>	“We hebben meestal een wat uitgebreidere vragenlijst en dan meten we 4x per jaar. Dus je onderzoekt 4 keer een aparte groep medewerkers.” (Mulders, 2015) <u>Bedoeld wordt: Adviesbureau Key Quality meet beleving vier keer per jaar onder een andere groep medewerkers.</u>
Wijze van respons verwerken		
“Je hebt smiley en die koppel je aan		“Je hebt smiley en die koppel je aan

uitkomst van technische kwaliteit. Zo heb je ze gekoppeld in een oogopslag. En dan doe je voor de beleving ook een smiley. Je kunt ze dan ook koppelen, want dan zeggen we hier: uiteindelijk wil ik dat het dezelfde smiley is (ook als hij niet goed is). Dus de ene kolom is technische kwaliteit, de andere kolom belevingskwaliteit en de laatste is balans.” (van Dijken, 2015)

Bedoeld wordt: Het is belangrijk om de uitkomst van de belevingsmeting te koppelen aan de uitkomst van de technische meting. Eerste kolom zet je de ruimtesoort in, tweede kolom een smiley over de technische kwaliteit, derde kolom een smiley over de belevingskwaliteit en vierde kolom een duimpje omhoog als er balans is en een duimpje omlaag als er geen balans is.

uitkomst van technische kwaliteit. Zo heb je ze gekoppeld in een oogopslag. En dan doe je voor de beleving ook een smiley. Je kunt ze dan ook koppelen, want dan zeggen we hier: uiteindelijk wil ik dat het dezelfde smiley is (ook als hij niet goed is). Dus de ene kolom is technische kwaliteit, de andere kolom belevingskwaliteit en de laatste is balans.” (van Dijken, 2015)

Bedoeld wordt: Het is belangrijk om de uitkomst van de belevingsmeting te koppelen aan de uitkomst van de technische meting. Eerste kolom zet je de ruimtesoort in, tweede kolom een smiley over de technische kwaliteit, derde kolom een smiley over de belevingskwaliteit en vierde kolom een duimpje omhoog als er balans is en een duimpje omlaag als er geen balans is.

Norm

“Je mag een schoonmaakbedrijf niet afrekenen op de beleving en daarom is technische kwaliteit heel belangrijk, want dáár meet je wat je hebt afgesproken met het schoonmaakbedrijf.” (van Dijken, 2015)
Bedoeld wordt: Adviesbureau Atir hanteert geen norm voor de uitkomst van beleving, aangezien de technische kwaliteit meet of het schoonmaakbedrijf de gemaakte afspraken nakomt.

“Een norm is bullshit. Wij doen niet met normen. We vragen gewoon ‘wat vind je ervan en waar kan het beter?’ want dat is de drijfveer. Uit de technische kwaliteiten haal je wel uit wat de norm is, bij de beleving zie je hooguit of het past. Het moet kloppen met de afspraken die je met je schoonmaakorganisatie hebt gemaakt. En eigenlijk doe je dit om de schoonmaakdienst objectief te kunnen beoordelen, namelijk dat je waar voor je geld krijgt voor wat je ingekocht hebt. Je beoordeelt natuurlijk wel of de schoonmaakorganisatie het werk goed doet, maar je beoordeelt ook of jij de afspraken die jij als Facility Manager hebt gemaakt met de schoonmaakorganisatie of die wel dekkend genoeg zijn. Dus in die klantbelevingsmeting zit eigenlijk nog een gap, namelijk niet alleen de condities en omgevingsfactoren, maar ook eigenlijk vraag je de klant naar iets te beoordelen, waarvan ie niet zuiver weet wat er afgesproken is dus hij beoordeelt ook datgene wat hij mist in de schoonmaak, maar dat ligt aan de opdrachtgever.” (Berendsen, 2015)

Bedoeld wordt: Adviesbureau Twente Quality Center werkt niet met een norm, aangezien zij dit onzin vinden. Verbeteren is de drijfveer bij het meten van schoonmaakbeleving.

“Nou in de prioriteitenmatrix niet, dit gaat echt alleen voor het bepalen van de prioriteiten. Maar wij doen wel op de cijfers die gegeven worden, dat zetten we wel op een rijtje en daar zetten we een index naast. Dan spreken we met de klant af van ‘welk cijfer moet er behaald worden om tevreden te zijn?’ Maar dat is maar net wat je met de klant afspreekt. In het contract werken wij wel eens met bonus-malus-systemen. Hiermee wordt de schoonmaker extra gemotiveerd en krijg je echt tastbare gevolgen.” (Mulders, 2015)
Bedoeld wordt: Adviesbureau Key Quality spreekt met de klant af welk cijfer ze willen halen voor de schoonmaakbeleving. Wanneer de schoonmaakbeleving hoger scoort dan het indexcijfer, ontvangt de schoonmaakpartij een bonus. Wanneer de schoonmaakbeleving lager scoort dan de beleving, dient de schoonmaakpartij een boete te betalen.

Tips voor Radboudumc

- ✓ Je kunt veel beter hele kleine onderdelen eruit halen en daar gericht vragen over stellen, dan dat je gewoon alles gelijk op één hoop gaat gooien en denkt ‘jongens dit is veel werk en kost veel tijd en wil je echt dingen weten dan zal ik het toch gericht moeten gaan vragen’ (Berendsen, 2015).
- ✓ Wil je dan toch een

	klanttevredenheidsonderzoek, zorg dan dat je de informatie hebt waarop je echt kunt sturen. En doe dit dan door bijvoorbeeld onder de toiletruimtes te doen. En dan doe je 2-3 maanden later de volgende ruimte (Berendsen, 2015).
✓	Bereidheid om deel te nemen aan onderzoek is heel erg bepalend voor de belevingsmeting, want bij geringe bereidheid zie je dat maar twee categorieën reageren: degene die héél enthousiast zijn en degene die het helemaal niks vinden, want die nemen nog die ergernissen mee en zijn zo blij dat ze er iets van kunnen zeggen (Berendsen, 2015).
✓	Als je mensen graag mee wil laten doen dat doen ze pas als het resultaat heeft en als ze zien dat het resultaat ook daadwerkelijk wordt gebruikt om veranderingen teweeg te brengen. Dat ze terugkoppeling krijgen (Berendsen, 2015).
✓	Je moet ruimtes en elementen zo concreet mogelijk benoemen en dan heb je het over dezelfde dingen. En dan heb je ook een valide vragenlijst en dat betekent een vragenlijst waarop je antwoord krijgt op iets waarop ook antwoord gegeven moet worden. Want als je vraagt naar invulling van het programma dan beoordeelt diegene misschien wel de toiletruimtes en dan heb je geen valide antwoord (Berendsen, 2015).
✓	Wij zien dat omgevingsfactoren belangrijk zijn en klantbeleving vaak veel te hoog in de bol is, veel te abstract en dat de gebruiker daar geen beeld bij heeft. Wij hebben gemerkt dat je de omgevingsfactoren daaruit moet halen (Berendsen, 2015).

Tabel 22: Labels adviesbureaus (Bron: Eigen werk, 2015)

Bijlage I: Labels Hotels & Academische ziekenhuizen

Hotels

	Hotel Mercure Nijmegen	Hotel Park Plaza Eindhoven	Hotel NH Conference Centre Veldhoven
Bij wie?	Alle gasten	Alle gasten	De vaste gasten en reguliere gasten
Waarom?		Het is belangrijk om zoveel mogelijk mensen een vragenlijst te laten invullen, aangezien één iemand niet de hele achterban kan vertegenwoordigen.	De vragenlijst wordt niet aan alle gasten verstuurd, aangezien veel gasten het niet fijn vinden om via de mail benaderd te worden voor het beantwoorden van een vragenlijst.
Hoe?	Via mail wordt een tevredenheidsenquête naar alle gasten van het hotel gestuurd. Hierin wordt gevraagd naar de reinheid van de kamer, reinheid van het hotel en reinheid van het ontbijtbuffet.	Op ruimtesoort guestroom en bathroom. Daarnaast één keer per jaar een mystery visit.	Vaste gasten staan in het klantenbestand en zij krijgen na verblijf in een NH-hotel een vragenlijst. Daarin wordt één vraag gesteld over schoonmaak, namelijk: "Wat vond u van de schoonmaak?" Daarnaast geven de receptionistes de gasten een QR-code mee bij het uitchecken, welke de gast kan scannen en hiermee vervolgens het hotel beoordelen via Tripadvisor.
Antwoord-mogelijkheden	Gasten beoordelen het hotel aan de hand van een rapportcijfer.	De gast beoordeelt de schoonmaak aan de hand van een rapportcijfer.	Vaste gasten geven antwoord door middel van een rapportcijfer.
Smileys?		Het beoordelen van schoonmaak aan de hand van Smileys zou een leuke optie zijn voor Park Plaza, maar vanuit het hoofdkantoor worden de vragenlijsten en meetsystemen aangeleverd.	
Frequentie	Afname van belevingsmetingen gebeurt dagelijks en de technische controles gebeuren periodiek.	Afname van belevingsmetingen gebeurt dagelijks en de technische controles gebeuren periodiek.	Het hotel ontvangt ongeveer vijf beoordelen via Tripadvisor per week.
Norm		Er zit veel verschil in de uitkomst van de belevingsmeting per maand, zonder dat daar een duidelijke oorzaak voor is. De ene gast is de andere niet en men beoordeelt daardoor ook anders. Beleving is gewoon een moeilijke meting, aangezien iedereen anders beoordeelt. Voor housekeeping heeft het hotel geen aparte norm.	Je kunt de reacties van gasten op Tripadvisor niet helemaal voor waarheid aannemen, maar voor elke klacht is wel een reden. Er is nog geen norm afgesproken voor het te behalen resultaat met het schoonmaakbedrijf. Men wil dit in de toekomst wel gaan doen.
Acties na slechte beleving			Housekeeping Quality & Coordination Manager van het NH hotel zou graag het werkprogramma aanpassen, wanneer er een structurele klacht naar boven zou komen.
Beïnvloedende factoren		Staat van onderhoud van het gebouw heeft veel invloed op de schoonmaakbeleving van de gast. Het is heel jammer dat dit meespeelt, aangezien een schoonmaakmedewerker hier	Staat van onderhoud van een gebouw heeft invloed op de schoonmaakbeleving van de gast.

	niets aan kan doen. Daarnaast kan de hotelgast een slechte beleving krijgen doordat er onjuiste informatie wordt verstrekt.
Tips voor Radboudumc	Wanneer je op elke afdeling één pc zet waar medewerkers een vragenlijst kunnen invullen, gebeurt dit sneller dan wanneer je een vragenlijst verstrekt per mail. Wanneer er een aftekenlijst boven de pc hangt met namen erop, kan de leidinggevende erop toezien dat de vragenlijst wordt ingevuld.

Tabel 23: Labels hotels (Bron: Eigen werk, 2015)

Academische ziekenhuizen

	VUMC Amsterdam	Erasmus MC Rotterdam	AzM Maastricht
Wie?	Het VUMC meet de schoonmaakbeleving onder patiënten, interne klanten en algemene gebruikers.	De schoonmaakbeleving bij het Erasmus MC wordt gemeten onder de medewerkers en bezoekers en patiënten.	AzM meet de schoonmaakbeleving niet meer, maar heeft dit wel gedaan. Dit willen ze graag weer oppakken. Eerder deden zij dit alleen onder de patiënten van het AzM.
Doel	Her doel van een KPI-gesprek is om de contactpersoon van informatie te voorzien. Daarnaast is het doel van de KPI-gesprekken het achterhalen van informatie. Wat speelt er op een afdeling ten aanzien van de schoonmaak?		
Hoe bij medewerkers?	Beleving speelt steeds meer een rol in de facilitaire dienstverlening. Het VUMC meet beleving aan de hand van een persoonlijk gesprek met de interne klant. Zij meten dit bij 35-40 contactpersonen.	Binnen het Erasmus MC zijn er accountmanagers. Deze accountmanagers zijn contactpersonen tussen gebruikers van het facilitaire bedrijf en de backoffice van het facilitaire bedrijf. De schoonmaakwerkzaamheden binnen het Erasmus MC zijn verdeeld over 5 zones, namelijk: Zone 1: OK + IC; Zone 2: Patiëntgebieden; Zone 3: Labs; Zone 4: Algemene ruimtes; Zone 5: Kantoren. Zowel de technische als de belevingsmetingen worden per zone verricht. Per zone worden de volgende vragen gesteld, namelijk: Hoe tevreden bent u over de schoonmaak van de ruimten waar patiënten komen? (patiëntenkamers, behandelkamers) Hoe tevreden bent u over de schoonmaak van de algemene ruimten? (gangen, hallen, liften) Hoe tevreden bent u over de schoonmaak van het sanitair? Hoe tevreden bent u over de schoonmaakmedewerker? Hoe tevreden bent u over de communicatie m.b.t. schoonmaak?	Het AzM meet geen schoonmaakbeleving onder de medewerkers.
Frequentie	6 keer per jaar.	Per kwartaal zet de accountmanagers de vragen uit. Dus vier keer per jaar.	Niet van toepassing
Type medewerker	Afdelinghoofden en bedrijfsleiders.	De accountmanagers zet de vragen uit bij hoofden van afdelingen. Deze mensen	Niet van toepassing

<i>Middel</i>	Persoonlijk evaluatiegesprek waarin formulier wordt ingevuld.	noemen zij stakeholders. De accountmanager van het Erasmus MC stuurt een uitnodiging voor het invullen van de schoonmaakbelevingsenquête naar de stakeholders. Dit gebeurt per mail. Via de link komt de stakeholder in een webapplicatie.	Niet van toepassing
Hoe bij patiënten?	De belevingsmetingen bij patiënten staat nog in de kinderschoenen. Contactpersonen van schoonmaak gaan afdelingen langs en bevragen de patiënten naar reinheid van het toilet, de patiëntenkamer en de algemene ruimtes.	De belevingsmetingen worden niet uitgevoerd binnen de zone 'algemene ruimtes', aangezien daar geen stakeholder aan verbonden is. Ze willen dit wel gaan doen en zijn nu een systeem aan het ontwikkelen. Zij willen dit tweemaal per jaar doen via een schriftelijke enquête. Hierbij dient de patiënt/bezoeker antwoord te geven op een vijftal vragen door middel van een rapportcijfer.	De kwaliteitscontroleur voeding & schoonmaak heeft patiënten door middel van een persoonlijk gesprek bevestigd. Zij vroeg bij dit gesprek naar de volgende aspecten, namelijk: Optische reinheid Patiëntenkamer Sanitair Tijdstip van de schoonmaak Mate van verstoring Klantvriendelijkheid van schoonmaak-medewerker Schoonmaak op afdeling algemeen
Antwoord-mogelijkheden	De contactpersonen beantwoorden de vragen met behulp van een rapportcijfer. De patiënt beoordeelt met tevreden of niet tevreden.	De stakeholders geven vijf cijfers, deze cijfers worden bijbeltoald opgeteld en er wordt een gemiddelde gevormt. Er wordt iets bij alle vragen een toelichting gevraagd, alleen aan het einde van de enquête. De patiënten en bezoekers geven tevens antwoord door middel van een rapportcijfer.	De patiënten beantwoordden aan de hand van een rapportcijfer, van 1 tot 5.
Smileys?	Wanneer je een concreet resultaat van de belevingsmeting wil hebben, dien je te werken met een cijfer. Wanneer je alleen wil weten of men tevreden is of niet, dan is een smiley een leuk alternatief. Je hebt een exact cijfer nodig voor een duidelijk resultaat.	Wanneer men schoonmaakbeleving beoordeelt door middel van een smiley dan scoort de beleving gemiddeld 1,5 punt hoger dan wanneer je met rapportcijfers zou meten.	
Terugkoppeling	Indien de beleving niet voldoende is, gaan objectleider en unithoofd schoonmaakbedrijf en textiel samen met de contactpersoon van de afdeling een PvA maken voor de betreffende afdeling met als doel het verhogen van de beleving. Hierdoor is er nauw contact en is er directe terugkoppeling. Daarnaast vindt er terugkoppeling plaats in de evaluatiegesprekken.	Bij het uitzetten van een nieuwe enquête geeft contractbeheerder een korte terugkoppeling over de vorige belevingsmetingen. Het idee van de terugkoppeling is om mensen wat meer te ondervangen.	De kwaliteitscontroleur maakt na een gesprek een verslag van het gesprek en daaruit volgen actiepunten.
Norm	Wanneer de belevingsmeting lager dan een 6 scoort, gaan objectleider Asito en Unithoofd schoonmaakonderhoud en textiel samen een Plan van Aanpak maken met als doel de beleving te verhogen.	De norm voor beleving is een 7.5. Bij een score van 7,5 of hoger hoeft de schoonmaakpartij niets te veranderen, bij een score tussen de 6 en 7,5 kan de schoonmaakpartij iets veranderen en dienen zij een PvA te maken. Bij een score van 6 of lager, dient er een PvA gemaakt te worden en tevens acties ondernomen te worden.	In het huidige contract is beleving nog geen KPI, maar dat wil het ziekenhuis in het nieuwe contract wel gaan opnemen. Hierdoor is er geen norm voor beleving.
Acties na onvoldoende schoonmaakbeleving	Wanneer de belevingsmeting onvoldoende scoort, is het doel om samen te gaan zoeken naar een oplossing en het verbeteren van de dienst. Daar ligt de focus en niet op een bonus-malus systeem.	De schoonmaakpartij dient binnen 14 dagen een PvA te maken, waarna er acties ondernomen dienen te worden.	Niet van toepassing.
Eventuele sancties bij onvoldoende schoonmaak-beleving	Bij onvoldoende scoren van de beleving zijn er verschillende financiële sancties die het VUmc kan toepassen.	Er is geen norm ingebouwd voor het resultaat van de prestatieindicator, aangezien het Erasmus MC heeft ingestoken op partnership. De prestatieindicator die het Erasmus MC hanteert is bedoeld als stuurinstrument.	Niet van toepassing.

Werk-programma aanpassen?	Asito Medical heeft bewust gekozen om niets met het werkprogramma te doen, aangezien zij veel vertrouwen hebben in de schoonmaakwerkprogramma's die het VUmc gemaakt heeft. Wanneer de belevingsmeting onvoldoende scoort, hoeft dit niet te maken te hebben met het schoonmaakwerkprogramma. Het kan ook te maken hebben met de werkmethode van de schoonmaker, de intensiteit van de afdeling, de luchtbehandeling op de afdeling, etc.	Wanneer de beleving slecht scoort, gaan contractbeheerder en locatiemanager een gesprek aan met de stakeholder. Aan de hand van dit gesprek kan er op beleving gestuurd worden.	Niet van toepassing
Beïnvloedende factoren		De staat van onderhoud van een gebouw heeft invloed op de schoonmaakbeleving van de patiënt.	Staat van onderhoud, licht en kleur hebben veel invloed op de schoonmaakbeleving van de patiënt.
Feedback op wijze belevings-meting Radboudumc	Wanneer je één keer per jaar meet, meet je heel willekeurig. Wanneer je frequenter de KPI-gesprekken voert kun je het cijfer monitoren.		
Tips voor Radboudumc	De KPI-gesprekken hoeven niet zes keer per jaar gehouden te worden, maar wel frequenter dan één keer per jaar. Daarnaast is het belangrijk om te kijken naar het aantal contactpersonen.		

Tabel 24: Labels academische ziekenhuizen (Bron: Eigen werk, 2015)

Bijlage J: Tabellen intern onderzoek

Binnen het Radboudumc zijn 172 enquêtes afgenomen bij: de patiënt, de bezoeker, de medewerker en de student. De resultaten van deze enquête zijn gegroepeerd per klantgroep.

Er is gevraagd of respondenten wilden rangschikken van 1 tot 10, waarbij 1 heel belangrijk en 10 niet belangrijk.

Om een top 10 te kunnen maken, zijn de uitkomsten per antwoordmogelijkheid bij elkaar opgeteld. De hoogste som is hierbij het minst belangrijk, aangezien er een rangschikking van belangrijk naar onbelangrijk is gevraagd.

Ruimtesoorten

Patiënten en Bezoekers

	Som	Top 10
Som van Sanitaire Ruimtes	322	1
Som van Onderzoekskamers/ Behandelkamers/Spreekkamers	330	2
Som van Laboratoria	379	3
Som van Verpleegkamers	417	4
Som van Restauratieve Ruimtes	635	5
Som van Wachtruimtes	667	6
Som van Hoofdingang	790	7
Som van Werkplekken/Kantoren	804	8
Som van Algemene Ruimtes	832	9
Som van Anders, namelijk	1192	10

Tabel 25: Top 10 belangrijke ruimtesoorten volgens patiënten en bezoekers van Radboudumc (Bron: Eigen werk, 2015)

Medewerkers

	Som	Top 10
Som van Sanitaire Ruimtes	437	1
Som van Onderzoekskamers/ Behandelkamers/Spreekkamers	442	2
Som van Laboratoria	489	3
Som van Verpleegkamers	583	4
Som van Restauratieve Ruimtes	841	5
Som van Wachtruimtes	905	6
Som van Werkplekken/Kantoren	1031	7
Som van Hoofdingang	1075	8
Som van Algemene Ruimtes	1141	9
Som van Anders, namelijk	1590	10

Tabel 26: Top 10 belangrijke ruimtesoorten volgens medewerkers van Radboudumc (Bron: Eigen werk, 2015)

Studenten

	Som	Top 10
Som van Onderzoekskamers/ Behandelkamers/Spreekkamers	470	1
Som van Sanitaire Ruimtes	472	2
Som van Laboratoria	526	3
Som van Verpleegkamers	616	4
Som van Restauratieve Ruimtes	902	5

Som van Wachtruimtes	971	6
Som van Werkplekken/Kantoren	1103	7
Som van Hoofdingang	1150	8
Som van Algemene Ruimtes	1218	9
Som van Anders, namelijk	1690	10

Tabel 27: Top 10 belangrijke ruimtesoorten volgens studenten van Radboudumc (Bron: Eigen werk, 2015)

Belangrijke elementen in een ruimte

Patiënten en Bezoekers

	Som	Top 7
Som van Apparatuur en Materiaal	233	1
Som van Vloeren	299	2
Som van Meubilair	305	3
Som van Wanden	488	4
Som van Hoekjes, Randel en Richels	550	5
Som van Ramen	579	6
Som van Anders, namelijk	817	7

Tabel 28: Top 7 belangrijke elementen volgens patiënten en bezoekers van Radboudumc (Bron: Eigen werk, 2015)

Medewerkers

	Som	Top 7
Som van Apparatuur en Materiaal	300	1
Som van Vloeren	401	2
Som van Meubilair	401	2
Som van Wanden	672	3
Som van Hoekjes, Randel en Richels	744	4
Som van Ramen	777	5
Som van Anders, namelijk	1085	6

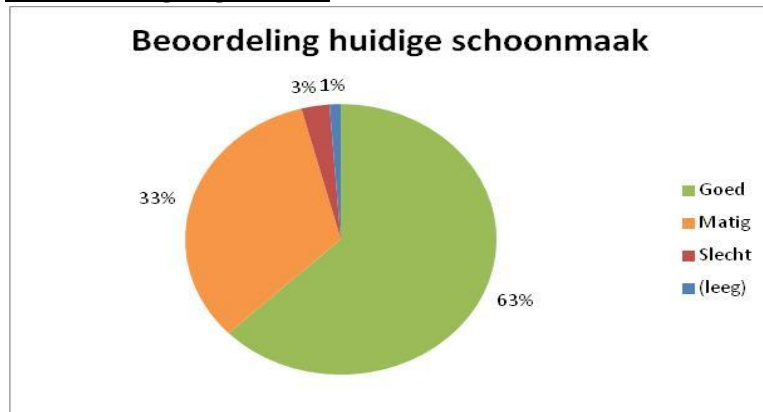
Tabel 29: Top 7 belangrijke elementen volgens medewerkers van Radboudumc (Bron: Eigen werk, 2015)

Studenten

	Som	Top 7
Som van Apparatuur en Materiaal	320	1
Som van Vloeren	428	2
Som van Meubilair	429	3
Som van Wanden	719	4
Som van Hoekjes, Randel en Richels	805	5
Som van Ramen	815	6
Som van Anders, namelijk	1155	7

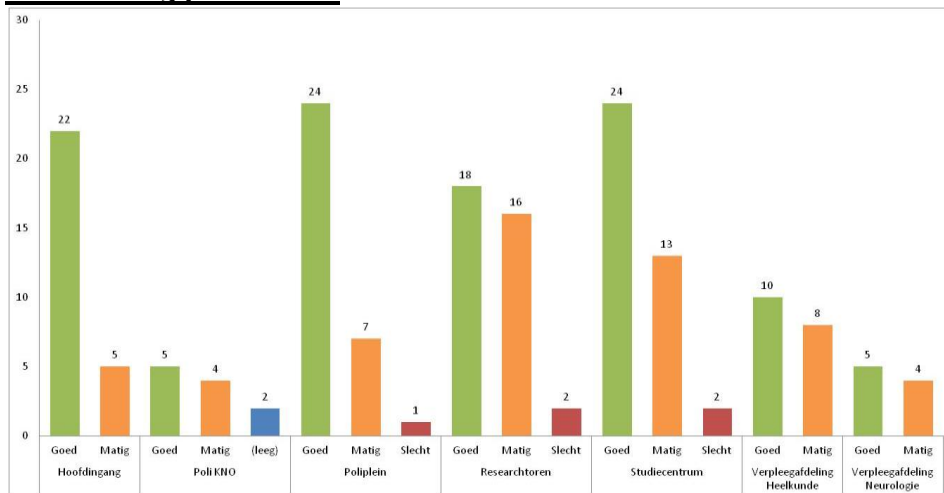
Tabel 30: Top 7 belangrijke elementen volgens studenten van Radboudumc (Bron: Eigen werk, 2015)

Beoordeling algemeen



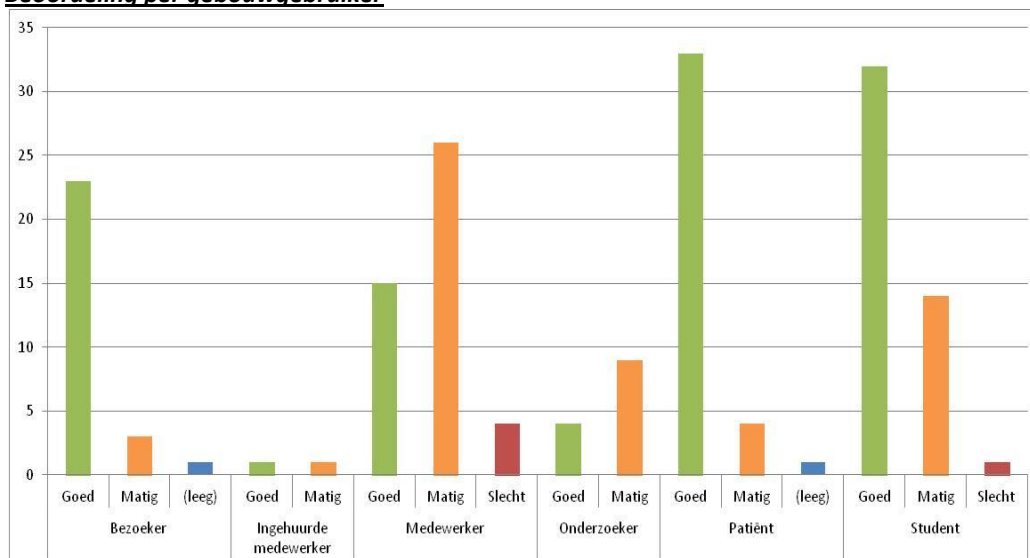
Afbeelding 16: Beoordeling huidige schoonmaak (Bron: Eigen werk, 2015)

Beoordeling per locatie



Afbeelding 17: Beoordeling per locatie (Bron: Eigen werk, 2015)

Beoordeling per gebouwgebruiker



Afbeelding 18: Beoordeling per gebouwgebruiker (Bron: Eigen werk, 2015)

Bijlage K: Aanbevelingen voor Radboudumc

Schoonmaakbelevingsmeting bij medewerkers

	Alle medewerkers	Contactpersonen schoonmaak
Welke wijze?	Digitale link via email	Persoonlijk evaluatiegesprek met contactpersonen van de zones
Frequentie	2x per jaar	1x per jaar
Door wie?	Objectleider Hago Zorg, Objectleider Asito Medical en Operationale Managers eigen beheer sturen link naar mailadressen van medewerkers	Objectleider Hago Zorg, Objectleider Asito Medical en Operationale Managers voeren gesprek met contactpersoon schoonmaak
Wijze van meten		
Hoe?	Per zone	Per zone
Soort zones (Meetlocaties)	Laboratoria; Poli's Verpleegkamers; Kantoren; Kantoren in onderwijsgebouwen.	Laboratoria; Poli's Verpleegkamers; Kantoren; Kantoren in onderwijsgebouwen.
Algemene vragen enquête		
Type bezoeker	U bent..	U bent..
Locatie	Waar bevindt u zich nu?	Waar bevindt u zich nu?
Vraag over gemoedstoestand	Hoe voelt u zich op dit moment?	Hoe voelt u zich op dit moment?
Antwoordmogelijkheid	Vierpuntschaal met smileys	Vierpuntschaal met smileys
Enquêtevragen per ruimtesoort		
Kantoor	Hoe tevreden bent u over de schoonmaak van uw kantoor?	Hoe tevreden bent u over de schoonmaak van uw werkplek?
	Rapportcijfer van 1 t/m 10	Rapportcijfer van 1 t/m 10
	In de afgelopen twee weken, trof ik het apparaat en materiaal doorgaans schoon aan	In de afgelopen twee weken, trof ik het apparaat en materiaal doorgaans schoon aan
	In de afgelopen twee weken, trof ik de vloer doorgaans schoon aan	In de afgelopen twee weken, trof ik de vloer doorgaans schoon aan
	In de afgelopen twee weken, trof ik het bureaublad doorgaans schoon aan	In de afgelopen twee weken, trof ik het bureaublad doorgaans schoon aan
	In de afgelopen twee weken, trof ik de stoelen doorgaans schoon aan	In de afgelopen twee weken, trof ik de stoelen doorgaans schoon aan
	Vijfpuntschaal (zeer mee oneens-zeer mee eens)	Vijfpuntschaal (zeer mee oneens-zeer mee eens)
	Heeft u nog iets op te merken over deze ruimte? En zo ja, wat dan?	Heeft u nog iets op te merken over deze ruimte? En zo ja, wat dan?
Patiëntengebieden	Hoe tevreden bent u over de schoonmaak van de ruimten waar patiënten komen? Bijvoorbeeld: patiëntenkamers, behandelkamers, etc.	Hoe tevreden bent u over de schoonmaak van de ruimten waar patiënten komen? Bijvoorbeeld: patiëntenkamers, behandelkamers, etc.
	Rapportcijfer van 1 t/m 10	Rapportcijfer van 1 t/m 10
	In de afgelopen twee weken, trof ik het apparaat en materiaal doorgaans schoon aan	In de afgelopen twee weken, trof ik het apparaat en materiaal doorgaans schoon aan

	In de afgelopen twee weken, trof ik de vloer doorgaans schoon aan	In de afgelopen twee weken, trof ik de vloer doorgaans schoon aan
	In de afgelopen twee weken, trof ik het meubilair doorgaans schoon aan	In de afgelopen twee weken, trof ik het meubilair doorgaans schoon aan
	Vijfpuntschaal (zeer mee oneens-zeer mee eens)	Vijfpuntschaal (zeer mee oneens-zeer mee eens)
	Heeft u nog iets op te merken over deze ruimte? En zo ja, wat dan?	Heeft u nog iets op te merken over deze ruimte? En zo ja, wat dan?
Algemene ruimtes	Hoe tevreden bent u over de schoonmaak van de algemene ruimten? Bijvoorbeeld: gangen, hallen, liften, spoel- en dienkeukens.	Hoe tevreden bent u over de schoonmaak van de algemene ruimten? Bijvoorbeeld: gangen, hallen, liften, spoel- en dienkeukens.
	Rapportcijfer van 1 t/m 10	Rapportcijfer van 1 t/m 10
	In de afgelopen twee weken, trof ik het apparaat en materiaal doorgaans schoon aan	In de afgelopen twee weken, trof ik het apparaat en materiaal doorgaans schoon aan
	In de afgelopen twee weken, trof ik de vloer doorgaans schoon aan	In de afgelopen twee weken, trof ik de vloer doorgaans schoon aan
	In de afgelopen twee weken, trof ik de hoekjes, randel en richels doorgaans schoon aan	In de afgelopen twee weken, trof ik de hoekjes, randel en richels doorgaans schoon aan
	Vijfpuntschaal (zeer mee oneens-zeer mee eens)	Vijfpuntschaal (zeer mee oneens-zeer mee eens)
	Heeft u nog iets op te merken over deze ruimte? En zo ja, wat dan?	Heeft u nog iets op te merken over deze ruimte? En zo ja, wat dan?
Sanitaire ruimtes	Hoe tevreden bent u over de schoonmaak van het sanitair? Bijvoorbeeld: toiletten en douches.	Hoe tevreden bent u over de schoonmaak van het sanitair? Bijvoorbeeld: toiletten en douches.
	Rapportcijfer van 1 t/m 10	Rapportcijfer van 1 t/m 10
	In de afgelopen twee weken, trof ik de toiletpot doorgaans schoon aan	In de afgelopen twee weken, trof ik de toiletpot doorgaans schoon aan
	In de afgelopen twee weken, trof ik de vloer doorgaans schoon aan	In de afgelopen twee weken, trof ik de vloer doorgaans schoon aan
	In de afgelopen twee weken, vond ik de geur in de toiletruimtes doorgaans hinderlijk	In de afgelopen twee weken, vond ik de geur in de toiletruimtes doorgaans hinderlijk
	In de afgelopen twee weken, vond ik dat de sanitaire artikelen (toiletpapier, zeep, etc.) doorgaans tijdig werden aangevuld	In de afgelopen twee weken, vond ik dat de sanitaire artikelen (toiletpapier, zeep, etc.) doorgaans tijdig werden aangevuld
	Vijfpuntschaal (zeer mee oneens-zeer mee eens)	Vijfpuntschaal (zeer mee oneens-zeer mee eens)
	Heeft u nog iets op te merken over deze ruimte? En zo ja, wat dan?	Heeft u nog iets op te merken over deze ruimte? En zo ja, wat dan?
Restaurantieve ruimtes	Hoe tevreden bent u over de	Hoe tevreden bent u over de

	schoonmaak van de restauratieve ruimtes? Bijvoorbeeld: restaurant, kantine, coffeecorner.	schoonmaak van de restauratieve ruimtes? Bijvoorbeeld: restaurant, kantine, coffeecorner.
	Rapportcijfer van 1 t/m 10	Rapportcijfer van 1 t/m 10
	In de afgelopen twee weken, trof ik de vloer doorgaans schoon aan	In de afgelopen twee weken, trof ik de vloer doorgaans schoon aan
	In de afgelopen twee weken, trof ik het meubilair doorgaans schoon aan	In de afgelopen twee weken, trof ik het meubilair doorgaans schoon aan
	In de afgelopen twee weken, trof ik het aanrechtblad doorgaans schoon aan	In de afgelopen twee weken, trof ik het aanrechtblad doorgaans schoon aan
	Vijfpuntschaal (zeer mee oneens-zeer mee eens)	Vijfpuntschaal (zeer mee oneens-zeer mee eens)
	Heeft u nog iets op te merken over deze ruimte? En zo ja, wat dan?	Heeft u nog iets op te merken over deze ruimte? En zo ja, wat dan?
Schoonmaakmedewerker	Hoe tevreden bent u over de schoonmaakmedewerker?	Hoe tevreden bent u over de schoonmaakmedewerker?
	Rapportcijfer van 1 t/m 10	Rapportcijfer van 1 t/m 10
Communicatie	Hoe tevreden bent u over de communicatie met betrekking tot schoonmaak?	Hoe tevreden bent u over de communicatie met betrekking tot schoonmaak?
	Rapportcijfer van 1 t/m 10	Rapportcijfer van 1 t/m 10
Overige vragen		
Vraag huidige situatie	Wat vindt u van de schoonmaak binnen het Radboudumc op dit moment?	Wat vindt u van de schoonmaak binnen het Radboudumc op dit moment?
Antwoordmogelijkheid	Vijfpuntschaal	Vijfpuntschaal
Tips	Heeft u nog tips ten aanzien van de schoonmaak voor het Radboudumc?	Heeft u nog tips ten aanzien van de schoonmaak voor het Radboudumc?
Norm		
Norm voor beleving	6	6
Beleving onder norm	Objectleider Hago Zorg/ Objectleider Asito Medical of Operationale Managers maken een PvA om ervoor te zorgen dat de beleving omhoog gaat.	Objectleider Hago Zorg/ Objectleider Asito Medical of Operationale Managers maken samen met de contactpersoon een PvA om ervoor te zorgen dat de beleving omhoog gaat.

Tabel 31: Aanbevelingen voor meten van schoonmaakbeleving onder medewerkers (Bron: Eigen werk, 2015)

Schoonmaakbelevingsmeting bij patiënten, bezoekers & studenten

	Patiënten & Bezoekers	Studenten
Welke wijze?	Met een iPad	Met een iPad
Frequentie	2x per jaar	2x per jaar
Door wie?	Studenten ASA	Studenten ASA
Wijze van meten		
Hoe?	Per zone	Per zone
Soort zones (Meetlocaties)	Poliplein; Verpleegkamers.	Studiecentrum Radboudumc te Nijmegen
Algemene vragen enquête		
Type bezoeker	U bent..	U bent..
Locatie	Waar bevindt u zich nu?	Waar bevindt u zich nu?
Vraag over gemoedstoestand	Hoe voelt u zich op dit moment?	Hoe voelt u zich op dit moment?
Antwoordmogelijkheid	Vierpuntschaal met smileys	Vierpuntschaal met smileys
Enquêtevragen per ruimtesoort		
Patiëntengebieden	Hoe tevreden bent u over de schoonmaak van de ruimten waar patiënten komen? Bijvoorbeeld: patiëntenkamers, behandelkamers, etc.	Hoe tevreden bent u over de schoonmaak van de ruimten waar patiënten komen? Bijvoorbeeld: patiëntenkamers, behandelkamers, etc.
	Rapportcijfer van 1 t/m 10	Rapportcijfer van 1 t/m 10
	In de afgelopen twee weken, trof ik het apparaat en materiaal doorgaans schoon aan	In de afgelopen twee weken, trof ik het apparaat en materiaal doorgaans schoon aan
	In de afgelopen twee weken, trof ik de vloer doorgaans schoon aan	In de afgelopen twee weken, trof ik de vloer doorgaans schoon aan
	In de afgelopen twee weken, trof ik het meubilair doorgaans schoon aan	In de afgelopen twee weken, trof ik het meubilair doorgaans schoon aan
	Vijfpuntschaal (zeer mee oneens-zeer mee eens)	Vijfpuntschaal (zeer mee oneens-zeer mee eens)
	Heeft u nog iets op te merken over deze ruimte? En zo ja, wat dan?	Heeft u nog iets op te merken over deze ruimte? En zo ja, wat dan?
Algemene ruimtes	Hoe tevreden bent u over de schoonmaak van de algemene ruimten? Bijvoorbeeld: gangen, hallen, liften, spoel- en dienkeukens.	Hoe tevreden bent u over de schoonmaak van de algemene ruimten? Bijvoorbeeld: gangen, hallen, liften, spoel- en dienkeukens.
	Rapportcijfer van 1 t/m 10	Rapportcijfer van 1 t/m 10
	In de afgelopen twee weken, trof ik het apparaat en materiaal doorgaans schoon aan	In de afgelopen twee weken, trof ik het apparaat en materiaal doorgaans schoon aan
	In de afgelopen twee weken, trof ik de vloer doorgaans schoon aan	In de afgelopen twee weken, trof ik de vloer doorgaans schoon aan
	In de afgelopen twee weken, trof ik de hoekjes, randel en richels doorgaans schoon aan	In de afgelopen twee weken, trof ik de hoekjes, randel en richels doorgaans schoon aan
	Vijfpuntschaal (zeer mee oneens-zeer mee eens)	Vijfpuntschaal (zeer mee oneens-zeer mee eens)
	Heeft u nog iets op te merken over	Heeft u nog iets op te merken over

	deze ruimte? En zo ja, wat dan?	deze ruimte? En zo ja, wat dan?
Sanitaire ruimtes	Hoe tevreden bent u over de schoonmaak van het sanitair? Bijvoorbeeld: toiletten en douches.	Hoe tevreden bent u over de schoonmaak van het sanitair? Bijvoorbeeld: toiletten en douches.
	Rapportcijfer van 1 t/m 10	Rapportcijfer van 1 t/m 10
	In de afgelopen twee weken, trof ik de toiletpot doorgaans schoon aan	In de afgelopen twee weken, trof ik de toiletpot doorgaans schoon aan
	In de afgelopen twee weken, trof ik de vloer doorgaans schoon aan	In de afgelopen twee weken, trof ik de vloer doorgaans schoon aan
	In de afgelopen twee weken, vond ik de geur in de toiletruimtes doorgaans hinderlijk	In de afgelopen twee weken, vond ik de geur in de toiletruimtes doorgaans hinderlijk
	In de afgelopen twee weken, vond ik dat de sanitaire artikelen (toiletpapier, zeep, etc.) doorgaans tijdig werden aangevuld	In de afgelopen twee weken, vond ik dat de sanitaire artikelen (toiletpapier, zeep, etc.) doorgaans tijdig werden aangevuld
	Vijfpuntschaal (zeer mee oneens-zeer mee eens)	Vijfpuntschaal (zeer mee oneens-zeer mee eens)
	Heeft u nog iets op te merken over deze ruimte? En zo ja, wat dan?	Heeft u nog iets op te merken over deze ruimte? En zo ja, wat dan?
Restauratieve ruimtes	Hoe tevreden bent u over de schoonmaak van de restauratieve ruimtes? Bijvoorbeeld: restaurant, kantine, coffeecorner.	Hoe tevreden bent u over de schoonmaak van de restauratieve ruimtes? Bijvoorbeeld: restaurant, kantine, coffeecorner.
	Rapportcijfer van 1 t/m 10	Rapportcijfer van 1 t/m 10
	In de afgelopen twee weken, trof ik de vloer doorgaans schoon aan	In de afgelopen twee weken, trof ik de vloer doorgaans schoon aan
	In de afgelopen twee weken, trof ik het meubilair doorgaans schoon aan	In de afgelopen twee weken, trof ik het meubilair doorgaans schoon aan
	In de afgelopen twee weken, trof ik het aanrechtblad doorgaans schoon aan	In de afgelopen twee weken, trof ik het aanrechtblad doorgaans schoon aan
	Vijfpuntschaal (zeer mee oneens-zeer mee eens)	Vijfpuntschaal (zeer mee oneens-zeer mee eens)
	Heeft u nog iets op te merken over deze ruimte? En zo ja, wat dan?	Heeft u nog iets op te merken over deze ruimte? En zo ja, wat dan?
Overige vragen		
Vraag huidige situatie	Wat vindt u van de schoonmaak binnen het Radboudumc op dit moment?	Wat vindt u van de schoonmaak binnen het Radboudumc op dit moment?
Antwoordmogelijkheid	Vijfpuntschaal	Vijfpuntschaal
Tips	Heeft u nog tips ten aanzien van de schoonmaak voor het Radboudumc?	Heeft u nog tips ten aanzien van de schoonmaak voor het Radboudumc?
Norm		
Norm voor beleving	6	6
Beleving onder norm	Objectleider Hago Zorg/	Objectleider Hago Zorg/

Objectleider Asito Medical of Operationale Managers maken een PvA om ervoor te zorgen dat de beleving omhoog gaat.	Objectleider Asito Medical of Operationale Managers maken samen met de contactpersoon een PvA om ervoor te zorgen dat de beleving omhoog gaat.
--	--

Tabel 32: Aanbevelingen voor meten van schoonmaakbeleving onder patiënten, bezoekers en studenten (Bron: Eigen werk, 2015)

Bijlage L: Vragenlijst aan medewerkers

Introductie en stukje terugkoppeling vorige belevingsmeting

1. U bent..
 - a. Patiënt;
 - b. Bezoeker;
 - c. Medewerker;
 - d. Student.
2. Waar bevindt u zich op dit moment?

3. Hoe voelt u zich op dit moment?



Onderstaande vragen kunt u beantwoorden door middel van een cijfer van 1 t/m 10.

4. Hoe tevreden bent u over de schoonmaak van uw kantoor?

In de afgelopen twee weken, trof ik....	Ze er mee oneens	Mee oneens	Beetje mee oneens	Beetje mee eens	Mee eens	Ze er mee eens	N.V.T.
.. Het apparaat en materiaal doorgaans schoon aan							
.. De vloer doorgaans schoon aan							
.. Het bureaublad doorgaans schoon aan							
.. De stoelen doorgaans schoon aan							

5. Heeft u nog iets op te merken over uw kantoor? En zo ja, wat dan?

6. Hoe tevreden bent u over de schoonmaak van de ruimten waar patiënten komen? Bijvoorbeeld: patiëntenkamers, behandelkamers, etc.

In de afgelopen twee weken, trof ik....	Ze er mee oneens	Mee oneens	Beetje mee oneens	Beetje mee eens	Mee eens	Ze er mee eens	N.V.T.
.. Het apparaat en materiaal doorgaans schoon aan							
.. De vloer doorgaans schoon aan							
.. Het meubilair doorgaans schoon aan							

7. Heeft u nog iets op te merken over de patiëntenruimtes? En zo ja, wat dan?

8. Hoe tevreden bent u over de schoonmaak van de algemene ruimtes? Bijvoorbeeld: gangen, hallen, liften, spoel- en dienkeukens.

In de afgelopen twee weken, trof ik....	Ze er mee oneens	Mee oneens	Beetje mee oneens	Beetje mee eens	Mee eens	Ze er mee eens	N.V.T.
.. Het apparaat en materiaal doorgaans schoon aan							
.. De vloer doorgaans schoon aan							
.. De hoekjes, randen en richels doorgaans schoon aan							

9. Heeft u nog iets op te merken over de algemene ruimtes? En zo ja, wat dan?

10. Hoe tevreden bent u over de schoonmaak van het sanitair? Bijvoorbeeld: toiletten en douches.

In de afgelopen twee weken, trof ik....	Ze er mee oneens	Mee oneens	Beetje mee oneens	Beetje mee eens	Mee eens	Ze er mee eens	N.V.T.
.. De toiletpot doorgaans schoon aan							
.. De vloer doorgaans schoon aan							
In de afgelopen twee weken, vond ik..	Ze er mee oneens	Mee oneens	Beetje mee oneens	Beetje mee eens	Mee eens	Ze er mee eens	N.V.T.
.. De geur in de toiletruimtes doorgaans hinderlijk							
.. Dat de sanitaire artikelen (toiletpapier, zeep, etc.) doorgaans tijdig werden aangevuld							

11. Heeft u nog iets op te merken over de sanitaire ruimtes? En zo ja, wat dan?

12. Hoe tevreden bent u over de schoonmaak van de restauratieve ruimtes? Bijvoorbeeld: restaurant, kantine, coffeecorner.

In de afgelopen twee weken, trof ik....	Zeer mee oneens	Mee oneens	Beetje mee oneens	Beetje mee eens	Mee eens	Zeer mee eens	N.V.T.
.. De vloer doorgaans schoon aan							
.. Het meubilair doorgaans schoon aan							
.. Het aanrechtblad doorgaans schoon aan							

13. Heeft u nog iets op te merken over de restauratieve ruimtes? En zo ja, wat dan?

14. Hoe tevreden bent u over de schoonmaakmedewerker/ster?

15. Hoe tevreden bent u over de communicatie met betrekking tot schoonmaak?

16. Wat vindt u van de schoonmaak binnen het Radboudumc op dit moment?

- a. Zeer goed;
- b. Goed;
- c. Matig;
- d. Slecht;
- e. Zeer slecht.

17. Heeft u nog tips ten aanzien van de schoonmaak voor het Radboudumc?

Bijlage M: Vragenlijst aan patiënten, bezoekers en studenten

Introductie

1. U bent..
 - e. Patiënt;
 - f. Bezoeker;
 - g. Medewerker;
 - h. Student.
2. Waar bevindt u zich op dit moment?

3. Hoe voelt u zich op dit moment?



Onderstaande vragen kunt u beantwoorden door middel van een cijfer van 1 t/m 10.

4. Hoe tevreden bent u over de schoonmaak van de ruimten waar patiënten komen? Bijvoorbeeld: patiëntenkamers, behandelkamers, etc.

In de afgelopen twee weken, trof ik....	Ze er mee oneens	Mee oneens	Beetje mee oneens	Beetje mee eens	Mee eens	Ze er mee eens	N.V.T.
.. Het apparaat en materiaal doorgaans schoon aan							
.. De vloer doorgaans schoon aan							
.. Het meubilair doorgaans schoon aan							

5. Heeft u nog iets op te merken over de patiëntenruimtes? En zo ja, wat dan?

6. Hoe tevreden bent u over de schoonmaak van de algemene ruimtes? Bijvoorbeeld: gangen, hallen, liften, spoel- en dienkeukens.

In de afgelopen twee weken, trof ik....	Ze er mee oneens	Mee oneens	Beetje mee oneens	Beetje mee eens	Mee eens	Ze er mee eens	N.V.T.
.. Het apparaat en materiaal doorgaans schoon aan							
.. De vloer doorgaans schoon aan							
.. De hoekjes, randen en richels doorgaans schoon aan							

7. Heeft u nog iets op te merken over de algemene ruimtes? En zo ja, wat dan?

8. Hoe tevreden bent u over de schoonmaak van het sanitair? Bijvoorbeeld: toiletten en douches.

In de afgelopen twee weken, trof ik....	Ze er mee oneens	Mee oneens	Beetje mee oneens	Beetje mee eens	Mee eens	Ze er mee eens	N.V.T.
.. De toiletpot doorgaans schoon aan							
.. De vloer doorgaans schoon aan							
In de afgelopen twee weken, vond ik..	Ze er mee oneens	Mee oneens	Beetje mee oneens	Beetje mee eens	Mee eens	Ze er mee eens	N.V.T.
.. De geur in de toiletruimtes doorgaans hinderlijk							
.. Dat de sanitaire							

artikelen (toiletpapier, zeep, etc.) doorgaans tijdig werden aangevuld							
---	--	--	--	--	--	--	--

9. Heeft u nog iets op te merken over de sanitaire ruimtes? En zo ja, wat dan?

10. Hoe tevreden bent u over de schoonmaak van de restauratieve ruimtes? Bijvoorbeeld: restaurant, kantine, coffeecorner.

In de afgelopen twee weken, trof ik....	Zeer mee oneens	Mee oneens	Beetje mee oneens	Beetje mee eens	Mee eens	Zeer mee eens	N.V.T.
.. De vloer doorgaans schoon aan							
.. Het meubilair doorgaans schoon aan							
.. Het aanrechtblad doorgaans schoon aan							

11. Heeft u nog iets op te merken over de restauratieve ruimtes? En zo ja, wat dan?

12. Wat vindt u van de schoonmaak binnen het Radboudumc op dit moment?

- f. Zeer goed;
- g. Goed;
- h. Matig;
- i. Slecht;
- j. Zeer slecht.

13. Heeft u nog tips ten aanzien van de schoonmaak voor het Radboudumc?
