



# Hygiëne Bulletin

nr. 26

nummer 26 | november 2008 | elfde jaargang

## Schone festivaltoiletten, een verademing?

In 1999 beheerden Paul van Steen en Hein van der Heijden een toiletwagen op een bevrijdingsfestival in Nederland. Daar merkten ze dat de festivalgangers positief verrast waren dat ze een schoon toilet konden bezoeken. Blijkbaar was dit meer uitzondering dan regel. Die nacht nog besloten ze om een bedrijf op te zetten dat er voor zorgt dat het toiletbezoek op een festival een stuk aangenamer wordt. Zo is Toilets R Us in het leven geroepen.

Op festivals en andere evenementen laat de hygiëne van de sanitaire voorzieningen vaak te wensen over. Soms worden de voorzieningen niet beheerd of te weinig schoongemaakt, andere keren zijn er überhaupt te weinig toiletten met lange rijen als gevolg. Sommige festivalgangers noemen dit onderdeel van de charme van een festival. "Charme? Nee, dat kan gewoon niet. Mensen hebben niet door dat het ook gevaarlijk kan zijn voor je gezondheid. Ontlasting is gewoon afval, het gaat niet voor niets je lichaam uit", aldus Van der Heijden.

Zelf heeft het bedrijf weinig toiletvoorzieningen, die huren ze in bij andere bedrijven, meestal in de buurt van het evenement. Ze overleggen met de organisatoren over de aansluitpunten voor stroom en water en de capaciteit, bijvoorbeeld hoeveel toiletten heb je nu nodig voor 100.000 bezoekers? Ze geven daarbij de

voorkeur aan watergespoelde toiletunits boven plaskruizen en eenpersoons toiletcabines. De laatste twee zijn lastiger schoon te houden en "het is toch minder fijn als je wat voelt plonzen", aldus van der Heijden.

Toilets R Us heeft geïnvesteerd in een groot netwerk van medewerkers. Zij bemannen de toiletunits. Voor elk evenement krijgen zij een briefing met daarin de schoonmaakregels. Van der Heijden: "Onze medewerkers zijn actief bezig in en rondom de units en nemen niet zomaar plaats op een stoeltje bij de ingang. Met deze actieve opstelling maken ze niet alleen de units schoon, maar gaan de bezoekers ook hygiënischer met de toiletten om. Mensen worden baldadig van een vies toilet, maar dat werkt ook andersom."

De afgelopen tien jaar heeft Van der Heijden vooral een

gedragsverandering gemerkt bij de organisatoren van evenementen. Zij merken dat schone toiletvoorzieningen bijdragen aan de sfeer op een evenement. De bezoekers weten dit zeker te waarderen. Een rij van vijf minuten wordt als vervelend ervaren wanneer daarna een vies toilet wacht, maar als die schoon is dan merken de bezoekers het nauwelijks; "zeker als ze ook nog een snoepje mogen pakken". Festivalgangers zelf veranderen niet, mensen die gedronken hebben reageren nog steeds hetzelfde als tien jaar geleden.

Het bedrijf heeft richtlijnen opgesteld die aangeven hoe vaak moet worden schoongemaakt, maar ook welke methode je moet gebruiken. Niet alleen hygiëne, maar ook het milieu is belangrijk. In de toiletten hangt milieuvriendelijk toiletpapier, en ze worden schoongemaakt met milieuvriendelijke



Bij grote festivals is het duidelijk dat sanitaire hygiëne erg belangrijk is.

schoonmaakmiddelen. Op een festival wordt elk toilet elke dag compleet schoongemaakt: alle wanden, de pot, de bril, en alle contactpunten zoals deurknoppen en kraantjes. Er wordt gebruik gemaakt van wegwerpdoekjes en er wordt op toegezien dat die niet twee keer worden gebruikt. Met roze doekjes worden de toiletten schoongemaakt, met blauwe doekjes alle contactpunten om te vermijden dat vervuiling van de toiletten op de contactpunten terecht komt. Daarnaast worden toiletten 4 à 5 keer per dag standaard schoongemaakt en wordt er in de gaten gehouden of extra beurten nodig zijn. "Ongelukjes komen natuurlijk altijd voor", aldus Van der Heijden. ◀



## Duurzame schoonmaakmiddelen, een ontwikkeling van deze tijd.

Duurzaamheid is niet meer weg te denken in de wereld van de schoonmaakmiddelen. De topman van Unilever, Patrick Cescau, noemt naast twee economische criteria duurzaamheid als derde belangrijk criterium voor nieuwe ontwikkelingen, aldus Bert Torn, technische manager huishoudelijke en persoonlijke verzorging bij Unilever. Dit is niet altijd zo geweest, maar de industrie wil een trekkersrol vervullen op het gebied van duurzaamheid.

Begin jaren tachtig leerde de consument over de milieueffecten van fosfaten die als ontharder in veel wasmiddelen zaten. De fosfaten kwamen in het milieu terecht en veroorzaakten daar vissterfte en algengroei door eutrofiëring van het oppervlakte-



water. De overheid en consument vroegen daarop om wasmiddelen zonder fosfaten. In 1987 is een fosfaatconvenant ondertekend dat er toe heeft geleid dat al het fosfaat in textielwasmiddelen is vervangen, bijvoorbeeld door zeoliet. Dit is een belangrijke stap geweest in milieubewustzijn van de branche.

Op dit moment spelen bedrijven een actieve rol in duurzame ontwikkelingen. Torn: "Je onderscheidt je als bedrijf niet meer door de regels in de wet te volgen, maar juist door daarop vooruit te lopen. Zo stelt Unilever zelf strenge eisen aan nieuwe ontwikkelingen."



Als je de milieulast van schoonmaakmiddelen wilt verlagen, kun je aan een aantal aspecten denken: samenstelling, concentratie, waterbehoefte en verpakking. Een product als Sun Green Power vaatwastabletten maakt bijvoorbeeld geen gebruik van fosfaat, de tabletten zijn geconcentreerder en in wateroplosbaar folie verpakt. Ook zijn ze kleiner en is de verpakking daarom kleiner. Hierbij is in de breedte nagedacht over het verminderen van de milieulast.

Bedrijven kijken niet alleen naar de eigenschappen van een product, maar naar de hele productieketen, de zogeheten Life Cycle. Wat gebeurt er in de fabriek, wat gebeurt er met het product en wat doet de consument ermee?



Daarbij horen energie-, waterverbruik en afvalstoffen tijdens de productie, maar ook het gebruik door de consument. Is er veel of weinig water nodig om het product te laten werken?

Merk je thuis nu iets hiervan? Bert Torn: "Voorheen werden nieuwe ontwikkelingen impliciet geïntroduceerd. Zo had je eerst een grote ton met wasmiddel thuis staan, maar was het wasmiddel daarna opeens te koop in kleinere verpakkingen. Nu wordt

de consument op verpakkingen en in reclame-uitingen duidelijk geïnformeerd als producten zijn veranderd, zeker als het product anders gebruikt dient te worden. Een goed voorbeeld hiervan zijn de supergeconcentreerde vloeibare wasmiddelen die bij-



voorbeeld onder Robijn en Omo Klein & Krachtig verkocht worden. Bij de lancering is communicatie in eerste instantie gericht op het doseren van slechts 1 dopje. Pas in een later stadium zijn de duurzaamheidsvoordelen belicht. Als consumenten hun doseergedrag niet aanpassen, heeft Klein & Krachtig in vergelijking met het vorige product, geen duurzaamheidseffect. Goede communicatie is dus essentieel."

Communicatie en innovatie gaan vaker hand in hand. Het imago van chloor is in Nederland niet altijd positief geweest als het gaat om duurzaamheid. Dit is vooral een imago probleem, want een



schoonmaakmiddel met chloor-bleek heeft een zeer lage milieubelasting vanwege de snelle afbraak van hypochloriet. In een test van de Consumentenbond werd dit ook erkend. Naast werken aan een beter imago, wordt er ook gekeken naar alternatieven voor chloor. Een voorbeeld hiervan is het vervangen door actieve zuurstof zoals in Glorix O2.

Unilever is aangesloten bij de Charter for Sustainable Cleaning. Dit is een internationaal vrijwillig initiatief van de was- en reinigingsmiddelenbranche dat tot doel heeft om duurzaam ondernemen op een hoger plan te brengen. Elk jaar toets de Charter de prestaties van de bedrijven die het onderschrijven. Een externe partij controleert deze toetsing.



Op basis van de analyses van Life Cycles van producten voeren bedrijven verbeteringen door op milieu- en veiligheidsgebied. Bedrijven die de Charter onderschrijven rapporteren jaarlijks over 10 indicatoren, zoals energieverbruik, CO<sub>2</sub> emissie en veiligheid. De leden presenteren de voortgang van de Charter in een jaarrapport. Het aantal deelnemers groeit elk jaar, de teller staat nu op 46 bedrijven en daarmee is de Charter een succesvol initiatief. <

## De NVZ: openheid over schoonmaakmiddelen

De schoonmaakmiddelensector, al 60 jaar verenigd in de Nederlandse Vereniging van Zeepfabrikanten (NVZ), was tot de jaren tachtig erg gesloten en deed weinig aan voorlichting en communicatie. Meer dan de gebruiksaanwijzingen en een beknopt overzicht van de samenstelling was er niet te vinden op de verpakking. De laatste 25 jaar is dat erg veranderd. Uitgebreide instructies vergezeld van logo's en informatie over de werking van het product zijn daar slechts een paar voorbeelden van. De branche ziet in dat een open houding loont.

De NVZ viert dit jaar haar 60 jarig jubileum. Al die jaren fungeert de NVZ als branchevereniging voor was- en reinigingsmiddelen van zowel de consumenten als de professionele markt. Daarbij kun je denken aan de schoonmaakmiddelen die je voor het toilet gebruikt, maar ook aan de machines die vloeren reinigen in grote supermarkten. De Vereniging behartigt niet alleen de belangen van de bedrijfswereld, maar geeft ook voorlichting aan de consument en neemt het initiatief in duurzame ontwikkelingen.

In 1948 is de Vereniging opgericht om de belangen van de producenten te behartigen. De NVZ richt zich voornamelijk op wet- en regelgeving van alle producten, bijvoorbeeld regelgeving over opslag en transport. Ze informeert de leden hierover, maar verricht ook lobbyactiviteiten. Als er nieuwe regelgeving wordt opgesteld, zal de Vereniging er op toezien dat de belangen van haar leden daarin meegenomen worden. De NVZ loopt zowel nationaal als internationaal soms voor met plannen. In 2004 heeft de vereniging actief bijgedragen aan de ontwikkeling van REACH, een nieuwe Europese verordening voor chemische stoffen. De lobby heeft er onder meer toe geleid dat de opslagregelgeving is aangepast.

Volgens Marlies Verlinde, verantwoordelijk voor in- en externe communicatie van de NVZ, is de vereniging er niet alleen voor haar leden, maar ook voor consumenten. Hoe ga ik met schoonmaakmiddelen om

die ik in huis heb en waar kan ik ze voor gebruiken? Zijn mijn schoonmaakmiddelen wel veilig? Dit zijn veelgestelde vragen. De NVZ geeft antwoord. Zo stelt de Vereniging folders en factsheets op over de meest uiteenlopende onderwerpen. Je kunt op de

BV. Consumenten kunnen hier terecht voor informatie over het veilig gebruik van schoonmaakmiddelen. De betekenis van verschillende symbolen op verpakkingen wordt hier duidelijk uitgelegd. Verlinde: "Zolang een consument

bij aan de duurzaamheid in de branche.

Binnenkort brengt de NVZ weer een aantal nieuwe brochures uit. Eén van die brochures vertelt alles over wassen en vaatwassen bij lage temperaturen. Een andere

**Was- en reinigingsmiddelen**

*Biologisch afbreekbaar, hoe werkt dat?*

Wilt u milieuvriendelijk schoonmaken? Dat kan eigenlijk niet. Zelfs als u het vuil in uw huis met water zou verwijderen, blijft u het milieu. Het vuil dat u wegveegt, komt minnaars met het afvalwater in het milieu terecht. Om een veilig en schoon resultaat te bereiken, gebruikt u een schoonmaakmiddel. Dat is ook beter voor de hygiëne en het welzijn van mensen. Om het milieu te sparen is er de wet geregeld dat de wasactieve stoffen in ieder schoonmaakmiddel voor 100% afbreekbaar zijn.

www.isditproductveilig.nl  
 • woordenboek  
 • instructies veilig gebruik  
 • samenstelling per product

www.nvz.nl  
 • wassen, vaatwassen en schoonmaken  
 • wet- en regelgeving  
 • wasmiddelen steeds bij de tijd

De NVZ brengt ook voorlichtingsbrochures uit, zoals deze over biologisch afbreekbare schoonmaakmiddelen en de werking van wasmiddelen.

**Was- en reinigingsmiddelen**

*Hoe werken ze en wat zit erin?*

In vrijwel elk huishouden worden verschillende schoonmaakmiddelen gebruikt. Waagt u zich wel eens af waarom die middelen zich van elkaar onderscheiden? Wij informeren u met deze publicatie graag over was- en reinigingsmiddelen. Hoe werken ze en wat zit erin? Met deze informatie willen we het u gemakkelijker maken om de juiste middelen te kiezen.

www.isditproductveilig.nl  
 • woordenboek  
 • instructies veilig gebruik  
 • samenstelling per product

www.nvz.nl  
 • wassen, vaatwassen en schoonmaken  
 • wet- en regelgeving  
 • wasmiddelen steeds bij de tijd

website informatie vinden over de logo's en symbolen die op verpakkingen staan. Ook kun je, als je net op kamers gaat wonen, een factsheet vinden waarop staat hoe je kleren moet wassen en welk programma je moet draaien bij welk soort was.

Daarnaast is er ook de website isditproductveilig.nl. Deze website is een initiatief van de NVZ, MilieuCentraal en IVAM

zich aan de voorschriften houdt en de producten gebruikt waar ze voor bedoeld zijn, is er geen veiligheidsrisico."

Ook duurzaamheid is een belangrijk thema geworden voor de leden. Volgens Verlinde, "zit duurzaamheid inmiddels in het DNA van de leden". Minder verpakkingsmateriaal, concentratie van de producten en de productsamenstelling dragen

geeft informatie over de werking van was- en reinigingsmiddelen en bekijkt de samenstelling van deze middelen. De brochures zijn vanaf eind dit jaar te vinden op de website van de NVZ. Ook in de toekomst zal op deze website alle informatie over nieuwe ontwikkelingen binnen deze branche te vinden zijn. <



## Naar een schone school

Dat schoonmaken ook op scholen verder gaat dan alleen ergens een doekje over halen, wordt duidelijk in de brochure 'Naar een schone school'. In het voorjaar van 2008 heeft de Vereniging Schoonmaak Research (VSR) samen met de OSB, de Ondernemersorganisatie Schoonmaak- en Bedrijfsdiensten, deze brochure uitgegeven over 'schoonmaakbewust ontwerpen en gezond onderhouden van schoolgebouwen voor het primair onderwijs'. Wat dat inhoudt vragen we aan Ad van Poppel, voorzitter commissie kwaliteitszorg (VSR) en mede samensteller van de brochure namens de VSR en OSB.

### Waar gaat de brochure over?

"Een paar jaar geleden gaf de VSR samen met de OSB een brochure uit over hoe je in de (ver)bouw van bedrijfspanden al rekening kunt houden met het latere schoonhouden. Naar aanleiding van onderzoeksresultaten dat de hygiëne op scholen niet voldoende was, besloten wij ook een brochure te maken gericht op scholen. In de brochure is te lezen waar je op moet letten tijdens de bouw of herinrichting van een school, zodat het schoonmaken later makkelijker wordt."

### Waar moet ik dan aan denken?

"Er is een aantal aspecten. De luchtkwaliteit is daar één van, maar het schoonmaken van de lokalen en sanitair zijn ook belangrijk. De luchtkwaliteit is te verbeteren door goed na te denken over de keuze voor een ventilatiesysteem, maar ook door de ventilatieroosters schoon te maken. Het schoonhouden van klaslokalen kan makkelijker door bijvoorbeeld textiele materialen te vermijden (lamellen i.p.v. gordijnen). Ook kun je zorgen dat de vensterbanken leeg blijven door ze bijvoorbeeld schuin af

te laten lopen. Bij de sanitaire voorzieningen zoals de toiletten wordt aangeraden om gladde vloeren en wanden te gebruiken. In voegen blijven vuil en soms ook urineresten achter en dat is moeilijker te verwijderen."

### Als ik alle aanbevelingen uitvoer, is mijn school dan schoon?

"Nee, dan ben je er natuurlijk nog niet. Er is bekend dat als de luchtkwaliteit en de omgeving schoner zijn op scholen, de leerlingen beter kunnen presteren en zich beter voelen op school. Daar moeten schoolbesturen dan ook bewust van zijn en genoeg aandacht en geld aan besteden. Dat kan ook inhouden dat je als school de toiletten twee keer per dag moet gaan schoonmaken in plaats van één keer. Ik ken voorbeelden waar het zo geregeld is dat ouders in de middagpauze de toiletten een extra beurt geven, omdat éénmaal per dag in veel gevallen niet toereikend is. De docenten en leerlingen hebben natuurlijk zelf ook een taak om de school schoon te houden. De docent kan aan de hand van een lijstje elke dag verschillende plekken in het



Ad van Poppel, voorzitter commissie kwaliteitszorg van de Vereniging Schoonmaak Research.

lokaal langslopen. Dan gaat het om het schoolbord, stoelen op de tafel, is de vloer opgeruimd? Daarnaast zullen de leerlingen ook hun steentje moeten bijdragen door hun eigen spullen op te ruimen."

### Voor wie is de brochure?

"Voor alle scholen, partijen in de schoonmaakbranche, architecten, projectontwikkelaars en andere betrokken partijen. In de brochure staat een aantal checklisten die je kunt nalopen om te kijken wat je allemaal kunt doen om het gebouw geschikter te maken voor schoonmaken. Maar ook als je niet gaat (ver)bouwen staan er tips in om het schoonmaken makkelijker en

colofon | Het Hygiëne Bulletin is een uitgave van Unilever Nederland Home and Personal Care.

### Redactie:

Schuttelaar & Partners  
Zeestraat 84

2518 AD DEN HAAG

tel: 070 - 318 44 44

fax: 070 - 318 44 22

E-mail: [hygienebulletin@schuttelaar.nl](mailto:hygienebulletin@schuttelaar.nl)

### Ontwerp en vormgeving:

JB&A raster grafisch ontwerp, Delft

Het Hygiëne Bulletin verschijnt drie keer per jaar en wordt gratis toegezonden aan geïnteresseerde voorlichters, trainers, deskundigen en andere betrokkenen op het terrein van hygiëne.

Overname van artikelen met bronvermelding is toegestaan.

Het Hygiëne Bulletin wordt met de grootst mogelijke zorg samengesteld. Unilever Nederland Home and Personal Care kan echter geen verantwoordelijkheid op zich nemen voor eventuele onjuiste gegevens of vermeldingen.

ISSN-nummer: 1388-7475

transpanter te maken. Indien scholen geïnteresseerd zijn, kunnen ze de brochure opvragen bij de VSR of de OSB. We zijn ook van plan de brochure onder de aandacht te brengen van de overheid en andere betrokken partijen, want we vinden het een belangrijke informatiebron die een hogere hygiënekwaliteit op scholen kan ondersteunen." ◀

## SCHOON IN DE MEDIA

### Wereldwijde handwasdag

Op 15 oktober organiseerden de Verenigde Naties voor de eerste keer een wereldwijde 'handwasdag'. Met dit initiatief wil de VN vooral aan kinderen in ontwikkelingslanden duidelijk maken dat handen wassen ziekten kan voorkomen. Met steun van lokale overheden en bekendheden hoopten de VN meer dan 120 miljoen kinderen uit meer dan

zeventig landen te bereiken. ◀

(Bron: Nu.nl, 15 oktober 2008)

### Politieke aandacht sanitatie

Tijdens de Algemene Vergadering van de Verenigde Naties maakten een aantal landen, waaronder Nederland, zich hard voor meer politieke aandacht voor veilig drinkwater en sanitatie. De landen willen zo meer vooruitgang boeken in

het bereiken van een van de Millenniumdoelen, het gebrek aan drinkwater en sanitair halveren voor 2015. ◀

(Bron: Nieuwswaak, 1 oktober 2008)

### Damestoiletten schoner dan die van heren

Uit onderzoek van het blad Service Management blijkt dat toiletten voor vrouwen schoner zijn dan die voor heren.

Het onderzoek vond plaats in toiletten in openbare gebouwen zoals ziekenhuizen en restaurants. De grootste vervuiling is gevonden op de toiletbril, maar ook de kraankoppen en drukknoppen bleken vaak te veel bacteriën te bevatten. ◀

(Bron: Service Management, november 2008)