

NRC.NEXT

12 december 2012 woensdag

SECTION: Loopbaan

LENGTH: 464 woorden

HEADLINE: Waarom maken vrouwen zo'n bende op het toilet?;
De kwestie

BYLINE: Alex van der Hulst

BODY:

Een vrouwelijke tijdschriftredacteur uit Hoofddorp (34) vraagt: „Ik maak me al een tijdje druk over de toiletten op mijn werk. Ik snap niet dat er vrouwen zijn die er zo'n smeerbeel van maken. Ik heb briefjes opgehangen, eerst grappig, daarna serieus en uiteindelijk pissig, maar er werd niets mee gedaan. Ik vraag me af waarom dit onderwerp zo lastig bespreekbaar is. Als ik het probleem aankaart, wordt er lacherig over gedaan."

Ruud van Swieten, commercieel directeur bij schoonmaakorganisatie CSU, kijkt niet op van de vraag. „Het is bekend dat mannen er een bende van kunnen maken op het toilet, maar ook bij vrouwen is dit soms het geval", zegt hij. „Het is toch raar dat het toilet van een fabriek of een basisschool netter wordt achtergelaten dan die van een deftig kantoor? Ik ken advocatenkantoren waar vrouwen het toilet vies achterlaten, 'want daar hebben ze personeel voor', is de argumentatie. Als alles goed en nieuw is, ontstaat er eerder respect voor de omgeving. Zo werken we met ledschermpjes in de rol met handdoeken, zodat we met teksten of plaatjes de gebruikers kunnen attenderen op hygiëne, dat scheelt al."

Het heeft met sociale controle en de norm te maken, vertelt Muel Kaptein, hoogleraar bedrijfskunde aan de Erasmus Universiteit. Hij schreef ook het boek *Waarom goede mensen soms de verkeerde dingen doen*.

„Als er niemand kijkt, wassen minder mensen hun handen na toiletbezoek", zegt hij. „Dat geldt ook voor het doortrekken van de wc. Dat is de sociale controle. Daarnaast bestaat er de norm. Als het al vies is, hoef jij ook niet meer de etiquette in acht te nemen. Het is immers niet evident dat jij de veroorzaker van de vuiligheid bent. Als er elke dag schoonmakers komen, wordt dat soms ook als excuus gezien om de wc vies achter te laten. Wil je dat voorkomen, bepaal dan met de gebruikers wat jullie norm voor de staat van het toilet is en wat de voordelen daarvan zijn. Zo zien bezoekers een schoon toilet en het is hygiënischer. Dan kun je daarna mensen makkelijker aanspreken. Briefjes werken eerder averechts."

Arbeid- en organisatiepsycholoog Jules Heijneman ondersteunt organisaties bij het creëren van een open aanspreekcultuur. Hij verwijst naar het zogeheten 'broken-window-effect'. „Kijk naar een leegstaand pand. Als daar één raam wordt ingegooid, liggen binnen de kortste keren alle ramen eruit. Dat werkt ook zo met een velletje toiletpapier op de grond. Durf te benoemen dat je het zelf ook lastig vindt om deze kwestie aan te kaarten. En zoek een medestander. Mocht dit alles geen effect hebben, dan kun je altijd nog de leidinggevende hierin betrekken. En blijf volhouden; het veranderen van gedrag gaat niet over één nacht ijs."

Ook een kwestie op het werk? Mail naar werk@nrc.nl Kijk voor meer antwoorden op <http://nrc.nl/carrière>

GRAPHIC: Illustratie Tjarko van der pol

LANGUAGE: DUTCH; NEDERLANDS

SUBJECT: Education & Training (82%)

LOAD-DATE: 12 December 2012