



## ***Pilotonderzoek naar een prijsindexstatistiek voor industriële reiniging***

*Ria Smit*

© Centraal Bureau voor de Statistiek, Voorburg/Heerlen, 2006.  
Bronvermelding is verplicht. Verveelvoudiging voor eigen gebruik of intern gebruik is toegestaan.

### **Verklaring der tekens**

.	= gegevens ontbreken
*	= voorlopig cijfer
x	= geheim
–	= nihil
–	= (indien voorkomend tussen twee getallen) tot en met
0 (0,0)	= het getal is minder dan de helft van de gekozen eenheid
niets (blank)	= een cijfer kan op logische gronden niet voorkomen
2005–2006	= 2005 tot en met 2006
2005/2006	= het gemiddelde over de jaren 2005 tot en met 2006
2005/'06	= oogstjaar, boekjaar, schooljaar enz. beginnend in 2005 en eindigend in 2006
2003/'04–2005/'06	= boekjaar enz., 2003/'04 tot en met 2005/'06

In geval van afronding kan het voorkomen dat de totalen niet geheel overeenstemmen met de som der opgetelde getallen.

Verbeterde cijfers in de staten en tabellen zijn niet als zodanig gekenmerkt.

## Inhoud

<b>Samenvatting</b>	2
<b>1. Inleiding</b>	2
1.1 Aanleiding	2
1.2 Opzet van het pilotonderzoek	2
1.3 Doel verslag	2
1.4 Opbouw van het rapport	3
<b>2. Branche-informatie</b>	3
2.1 Standaard bedrijfsindeling (sbi)	3
2.2 Omzet en aantal bedrijven	3
<b>3. Prijsvorming in de schoonmaakbranche</b>	3
3.1 Prijsvorming	3
3.2 Calculatie	3
3.3 Bestaande klant of nieuwe klant	3
<b>4. Methoden van prijswaarneming</b>	3
4.1 Inleiding	3
4.2 Modelprijzen bedrijven in sbi 7470.1	3
4.3 Modelprijzen bedrijven in sbi 7470.2	4
4.4 Lijstprijzen	4
4.5 Gerealiseerde uurtarieven	4
4.6 Standaarduurtarieven	4
<b>5. Cijfermatige resultaten</b>	4
5.1 Inleiding	4
5.2 Vergelijking van de methoden	4
<b>6. Mening van de bedrijven over de methoden</b>	4
6.1 Inleiding	4
6.2 Modelprijzen	5
6.3 Lijstprijzen	5
6.4 Vergelijking van methoden door de bedrijven	5
<b>7. Vergelijking van de methoden</b>	5
7.1 Inleiding	5
7.2 Modelprijzen	5
7.3 Lijstprijzen	5
7.4 Conclusie	6
<b>Appendix</b>	6
Standaard Bedrijfsindeling (SBI)	6

## Samenvatting

Het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) is gestart met het opzetten van een prijsstatistiek voor industriële reiniging. Er zijn diverse manieren waarop prijzen kunnen worden gemeten ten behoeve van prijsindexstatistieken. Om inzicht te krijgen in de prijsvorming binnen de branche en de methoden waarmee prijzen kunnen worden waargenomen, heeft het CBS een pilotonderzoek uitgevoerd onder een beperkt aantal schoonmaakbedrijven.

Schoonmaakbedrijven calculeren over het algemeen een prijs voor een contract. De belangrijkste criteria in het contract zijn; het schoon te maken object, de kwantitatieve (oppervlakte schoon-gemaakt) prestatie van de medewerkers en de marktpositie en/of –situatie op het moment dat het contract tot stand komt.

In het pilotonderzoek zijn diverse methoden om prijzen te meten getest. Deze methoden zijn met elkaar vergeleken op basis van de respons, de uit het pilotonderzoek berekende indexcijfers en een evaluatie met de betrokken kantoren. In het rapport zijn de voor- en nadelen van iedere methode naast elkaar gezet. Hierbij komen ook de aard van de methode en de praktische haalbaarheid aan de orde.

De methode van prijswaarneming die in aanmerking komt voor de reguliere statistiek is modelprijzen. Het CBS zal rekening houdend met deze resultaten in 2006 een tentatieve prijsindexstatistiek voor de industriële reiniging ontwikkelen. In het vierde kwartaal 2005 wordt met de enquête gestart.

## 1. Inleiding

### 1.1 Aanleiding

Het CBS is in 2000 gestart met de ontwikkeling van prijsindexstatistieken voor de zakelijke dienstverlening, mede in het kader van Europese regelgeving.

Voor een prijsindexstatistiek is het wenselijk periodiek transactie-prijzen van vergelijkbare diensten te meten. Diensten van schoonmaakbedrijven zijn echter uniek, zodat een dergelijke meting niet mogelijk is. Prijsindices voor unieke diensten kunnen ook volgens een aantal andere methoden samengesteld worden, die echter alle hun nadelen kennen.

Nadat contact gelegd is met de Ondernemersorganisatie Schoonmaak- en Bedrijfsdiensten (OSB), is in 2004 ter voorbereiding van een prijsstatistiek van de industriële reiniging begonnen met een pilotonderzoek. Dit pilotonderzoek is uitgevoerd om een beeld van de branche en de markt te verkrijgen en met name te onderzoeken welke vorm van prijswaarneming haalbaar is. De prijswaarneming zal op kwartaalbasis plaatsvinden. Een belangrijk uitgangspunt van het CBS is dat de enquêtedruk bij de bedrijven zo laag mogelijk is. De informatie die verzameld wordt, moet dan ook bij voorkeur aansluiten bij de informatie die de ondernemingen snel beschikbaar hebben via de bedrijfsadministratie. Het is in het belang van alle betrokken partijen dat de prijsindex van een zodanige kwaliteit is, dat die voor uiteenlopende doelen te gebruiken is.

### 1.2 Opzet van het pilotonderzoek

Het pilotonderzoek bestaat uit drie delen. Ten eerste zijn in het derde kwartaal van 2004 gesprekken met elf bedrijven gevoerd over de mogelijkheden voor prijswaarneming. Een aantal van deze bedrijven heeft zich via de OSB aangemeld. Het CBS heeft daarnaast een aantal van de grote bedrijven en ook een aantal kleinere bedrijven geselecteerd. Er zijn bedrijven van verschillende grootte (qua werkzame personen) geselecteerd om een zo representatief mogelijk beeld te verkrijgen van de bedrijven. In de gesprekken met de bedrijven is nader ingegaan op de diensten die de bedrijven leveren, de marktontwikkelingen en de manier waarop prijzen tot stand komen. Tijdens het gesprek is tevens besproken voor welke prijswaarnemingsmethode het bedrijf gegevens kon leveren.

Vervolgens zijn van twee kwartalen en een aantal jaren prijzen opgevraagd bij deze bedrijven, waarbij verschillende methoden naast elkaar zijn gebruikt. Per methode zijn, voor zover mogelijk, indexcijfers berekend.

Ten slotte zijn met de schoonmaakbedrijven die hebben meegewerkt aan de pilotwaarneming, telefonisch de methoden van prijswaarneming geëvalueerd. Tijdens de evaluatie is onder andere besproken in hoeverre de geleverde cijfers de prijsontwikkeling van het bedrijf weergeven, of de gegevens gemakkelijk uit de administratie te halen waren en welke methode het bedrijf het beste vond om de prijsontwikkeling bij het bedrijf te meten.

### 1.3 Doel verslag

Het doel van dit rapport is het beschrijven van de resultaten van het pilotonderzoek. De methoden van prijswaarneming worden aan een aantal criteria getoetst en vergeleken om te beoordelen of de methode geschikt is voor waarneming op grotere schaal.

## 1.4 Opbouw van het rapport

Hoofdstuk 2 bevat informatie over de branche. In het volgende hoofdstuk wordt beschreven hoe de prijzen tot stand komen. Hoofdstuk 4 gaat in op de methoden van prijswaarneming en de bijbehorende respons, waarna in hoofdstuk 5 enige resultaten beschreven worden op basis van de gegevens uit de pilot. Vervolgens staat in hoofdstuk 6 een samenvatting van de evaluatie die is gehouden met de kantoren die hebben meegewerkt aan de pilotwaarneming. In hoofdstuk 7 wordt tot slot een overzicht gegeven van de voor- en nadelen van de verschillende methoden van prijswaarneming.

## 2. Branche-informatie

### 2.1 Standaard Bedrijfsindeling (SBI)

Bedrijven worden op grond van hun hoofdactiviteiten getypeerd met behulp van de Standaard Bedrijfsindeling (SBI). De SBI is een indeling van alle economische activiteiten.

In SBI 7470 zijn de reinigingsdiensten onderverdeeld in twee subklassen zoals hieronder vermeld wordt. Schoonmaakbedrijven zijn ingedeeld in SBI 7470.1. Reiniging van gebouwen en SBI 7470.2 Reiniging van transportmiddelen en overige reiniging. In de appendix is een gedetailleerde beschrijving van SBI 7470 te vinden.

### 2.2 Omzet en aantal bedrijven

De totale omzet van SBI 7470 bedroeg 3,7 miljard euro in 2003. Voor reinigingsdiensten wordt het volgende onderscheid gemaakt: 3,2 miljard euro van de omzet is gerealiseerd in de reiniging van gebouwen SBI 7470.1 en 0,5 miljard euro is gerealiseerd in de reiniging van transportmiddelen en overige reiniging SBI 7470.2. Het aantal bedrijven dat in 2003 opereerde op het gebied van reiniging was 6 230. Ruim 90 procent van deze bedrijven houdt zich bezig met schoonmaken van gebouwen (SBI 7470.1). Slechts 9 procent van de bedrijven in de branche opereert op het gebied van reiniging van transportmiddelen en overige goederen.

## 3. Prijsvorming in de schoonmaakbranche

### 3.1 Prijsvorming

In de branche bestaan over het algemeen contracten. De looptijd van deze contracten wordt steeds korter. De prijsvorming die daarbij gehanteerd wordt, is een calculatie van een m<sup>2</sup> prijs behorend bij het contract. Van belang voor de calculatie is een gedetailleerde beschrijving van het schoon te maken object. Een urenprestatie (in m<sup>2</sup>) en het kale uurtarief van de medewerkers is het uitgangspunt voor de personeelskosten. De urenprestatie is een norm voor de prestatie van de werknemer gebaseerd op zijn ervaring en snelheid. Daarnaast is de situatie in de markt van belang voor het tot stand komen van de uiteindelijke prijs. Belangrijk hierbij is de vraag of het een nieuwe klant is of een grote klant die men wil behouden. Schoonmaakbedrijven opereren over het algemeen regionaal. Ze kijken dus vooral naar de regionale marktsituatie.

### 3.2 Calculatie

In de markt worden lijstprijzen gehanteerd voor een aantal werkzaamheden. Dit betekent dat sommige opdrachten eenvoudig via deze lijst te berekenen zijn. Het betreft dan homogene werkzaamheden bijvoorbeeld de reiniging van lamellen. Vaak behelst één

opdracht verschillende soorten werkzaamheden die periodiek bij de klant worden uitgevoerd. In die gevallen zijn uitgebreide specificaties nodig voor het opstellen van een calculatie. Lijstprijzen voldoen hier niet meer. Een calculatie bevat minstens de gegevens: oppervlakte, indeling, bouwjaar, gebruikte vloersoorten en de frequentie van schoonmaken. De frequentie van schoonmaken per soort ruimte is verschillend. Ook het percentage jeugdigen bij het personeel, het tijdstip van schoonmaken en de genoemde norm voor de urenprestatie zijn variabelen die de prijs bepalen.

### 3.3 Bestaande klant of nieuwe klant

Bij het uitbrengen van een offerte spelen de volgende zaken. Er kan onderscheid gemaakt worden tussen bestaande klanten en nieuwe klanten. De indruk bestaat dat bedrijven een nieuwe klant over de streep willen halen door de prijs lager in te zetten. Contracten worden voor steeds kortere perioden afgesloten. Dit aspect is voor de marktwerking van belang.

## 4. Methoden van prijswaarneming

### 4.1 Inleiding

Dit hoofdstuk behandelt de verschillende methoden van prijswaarneming en het aantal bedrijven in de pilotenquête dat aan de verschillende methoden heeft meegewerkt. Voor een prijsindexstatistiek is het wenselijk periodiek transactieprestaties van in de tijd goed vergelijkbare diensten te meten. Dit is voor schoonmaakbedrijven niet eenvoudig, omdat er meestal unieke diensten geleverd worden. Er is aantal andere methoden waarop toch een prijsindex gebaseerd kan worden. Voor elk van deze methoden geldt dat zij beter is naarmate deze periodieke transactieprestaties dichter benaderd. De onderstaande methoden zijn tijdens een gesprek met de deelnemende bedrijven voorgelegd en aan ieder bedrijf is gevraagd voor welke methode(n) het gegevens kon leveren. Dit is onder andere afhankelijk van de manier waarop de administratie is ingericht en de manier waarop prijzen tot stand komen.

De methoden die door de bedrijven getest zijn, staan hieronder in aflopende volgorde van de mate waarin zij periodieke transactieprestaties benaderen.

- Modelprijzen;
- Lijstprijzen;
- Gerealiseerde uurtarieven;
- Standaarduurtarieven.

### 4.2 Modelprijzen bedrijven in SBI 7470.1

Voor de methode van modelprijzen is aan de bedrijven die zich richten op het schoonmaken van gebouwen gevraagd, een fictief model al dan niet opgesteld door het CBS, van een uurtarief of een m<sup>2</sup>-tarief te voorzien. Deze tarieven zijn afhankelijk van het soort opdracht. Schoonmaakobjecten zijn bijvoorbeeld kantoren, scholen, fabrieksruimten. Kantoren kunnen weer heel verschillend zijn; een advocatenkantoor is een andersoortig object dan het kantoor van een gemeente. Het blijkt dat bedrijven soms in een bepaald soort schoonmaakobjecten gespecialiseerd zijn. Over het algemeen was de respons goed op de modelprijzen voor contracten en offertes. Ook de vraag aan bedrijven om zelf een model op te stellen werd gehonoreerd.

De modellen die door het CBS zijn opgesteld, moesten hier en daar nog aangepast worden naar aanleiding van opmerkingen van de bedrijven. Het verschil tussen het vragen van een model van een contract en een model van een offerte is dat men bij offertes uitgaat van een nieuwe (nog binnen te halen) klant en bij een contract van een bestaande klant. Wellicht zullen er verschillende prijsontwikkelingen uitkomen bij beide methoden. Per kwar-

taal hebben negen bedrijven toegezegd gegevens te leveren voor een modelprijs. Acht van deze bedrijven hebben ook werkelijk twee kwartalen één of meer modelprijzen geleverd. Bedrijven hebben vaak zowel een uurtarief, maandtarief of jaartarief als een m<sup>2</sup>-prijs bij de modellen geplaatst. Er is voor de berekening van het indexcijfer steeds gebruik gemaakt van de m<sup>2</sup>-prijzen.

#### 4.3 Modelprijzen bedrijven in SBI 7470.2

Bedrijven die zich gespecialiseerd hebben in reiniging van transportmiddelen en overige reiniging (SBI 7470.2) hebben uitsluitend modelprijzen aangeleverd. In de pilot zijn drie van deze bedrijven bezocht. Uiteindelijk hebben er twee bedrijven aan de pilot-enquête meegedaan. Modelprijzen is de enige prijsmethode die bij deze bedrijven relevant lijkt. De modellen bevatten hier het tarief van een schoonmaakvoertuig plus de besturing/bediening hiervan voor een uur voor een aantal klanten. Grotere klanten krijgen korting. In feite is het tarief voor de klant die geen korting krijgt een lijstprijs. De tarieven voor de grotere klanten zijn inclusief korting.

#### 4.4 Lijstprijzen

De opgevraagde lijstprijzen zijn door zes bedrijven gedeeltelijk of helemaal ingevuld. Negen bedrijven hadden toegezegd om mee te doen. Er werden prijzen gevraagd van vier regelmatig uitgevoerde diensten in uurtarief, m<sup>2</sup> of per stuk (bij schoonmaken van computers). Ook is er gevraagd naar een staffelopbouw van deze vier diensten. De bedrijven hebben niet altijd een staffelprijs ingevuld en ook niet altijd alle vier de prijzen. Soms voeren zij de betreffende diensten niet uit of geven geen staffelkorting. Hoe vaak deze lijstprijzen binnen het bedrijf gebruikt worden, is niet helemaal bekend. Het zijn extra werkzaamheden die wat minder vaak voorkomen, zoals lamellen reinigen. De meest voorkomende werkzaamheden zoals stoffen van bureaus en stofzuigen zijn juist niet in een lijstprijs ondergebracht.

#### 4.5 Gerealiseerde uurtarieven

Er zijn drie bedrijven die gerealiseerde uurtarieven hebben verstrekt, terwijl nog één ander bedrijf had toegezegd deze aan te leveren.

Van de drie bedrijven die gerealiseerde uurtarieven hebben geleverd, geeft één bedrijf aan dat er in weken geregistreerd wordt in plaats van in kwartalen. Het kan zo zijn dat het aantal vrije dagen in een jaar al een iets ander beeld geeft. Minder vrije dagen per jaar betekent meer uren schoonmaak en dus een lager gerealiseerd uurtarief. De gegevens zijn wel op eenvoudige wijze uit de administratie te halen.

#### 4.6 Standaarduurtarieven

Eén van de bedrijven heeft alleen standaarduurtarieven en gerealiseerde uurtarieven geleverd. Dit bedrijf is het enige bedrijf dat standaarduurtarieven heeft geleverd. Er zijn voor vijf loongroepen standaarduurtarieven geleverd. Het gebruik van deze vijf loongroepen is gebaseerd op de CAO-indeling.

### 5. Cijfermatige resultaten

#### 5.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden enkele cijfermatige resultaten gepresenteerd die op basis van de gegevens uit het pilotonderzoek zijn berekend.

Hoewel er in de waarneming met modelprijzen een onderscheid gemaakt is tussen bedrijven in SBI 7470.1 en 7470.2 wordt het indexcijfer over alle waarnemingen berekend. Er zijn totaal 16 modellen van een prijs voorzien. Het indexcijfer komt uit op 101,8.

Lijstprijzen dalen ten opzichte van de basisperiode met 1 procent. Lijstprijzen komen uit op een indexcijfer van 99,1. De daling van de lijstprijzen, tegengesteld aan de CAO-lonen, is opvallend. Mogelijk houdt dit verband met een stagnerende economie, waarin men door middel van lage meter- of stukprijzen opdrachten voor extra werkzaamheden probeert binnen te halen. Zoals genoemd zijn de lijstprijzen vooral voor "extra" werkzaamheden van toepassing.

#### 5.2 Vergelijking van de methoden

In figuur 1 staat de prijsontwikkeling van de belangrijkste methoden in het pilotonderzoek. Ondanks de kleine steekproef kunnen de methoden met elkaar vergeleken op basis van de resulterende prijsontwikkelingen. Het beperkte aantal perioden echter maakt dat de vergelijking niet zo veelzeggend is. Het verloop van de CAO-lonen is gebruikt als vergelijking. Helaas zijn deze cijfers over deze periode alleen beschikbaar voor de hele zakelijke dienstverlening. Indexcijfers zijn berekend als een ongewogen gemiddelde van alle prijsposten van een bepaalde methode.

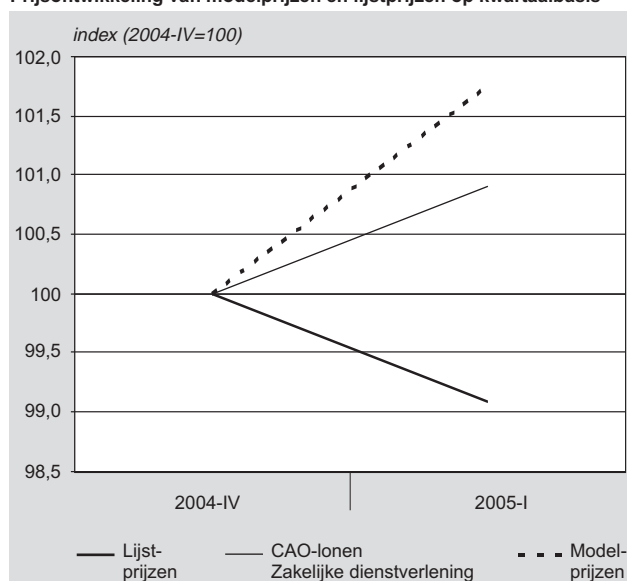
### 6. Mening van de bedrijven over de methoden

#### 6.1 Inleiding

Na het verwerken van de ingevulde enquêteformulieren is het pilotonderzoek telefonisch met de bedrijven geëvalueerd op basis van een van tevoren opgesteld evaluatieformulier. In dit hoofdstuk komen alleen de methoden aan bod die in aanmerking komen voor waarneming op grotere schaal.

De meeste respondenten waren positief over het pilotonderzoek. Het was duidelijk wat ze in moesten vullen en het kostte hen niet te veel tijd. De gegevens waren goed uit hun administratie te halen. Berichtgevers hebben soms nog opmerkingen geplaatst op de formulieren over met name de modelprijzen.

Prijsontwikkeling van modelprijzen en lijstprijzen op kwartaalbasis



## 6.2 Modelprijzen

Alle bedrijven die hebben meegedaan aan de modelprijzen, stonden positief tegenover deze methode. Het geeft een goede indicatie van de werkelijke prijsontwikkeling. Wel werd meermalen opgemerkt dat de prijzen maar eens per jaar, in het begin van het jaar, zullen worden aangepast. Een ander belangrijk aspect is het verschil tussen modelprijzen van offerte's en van contracten. Mogelijk is de prijsontwikkeling bij nieuwe uitbestedingen anders dan bij bestaande contracten. De trend is om schoonmaakopdrachten steeds eerder opnieuw uit te besteden; vroeger liepen contracten vijf jaar, nu maar twee of drie jaar. Naast modellen van contracten moeten er ook modellen van offertes worden gevraagd. De acht bedrijven die hebben meegedaan aan deze methode hebben er geen moeite mee gehad om de cijfers in te vullen. Het was voor bedrijven niet moeilijk om de gegevens uit hun systeem te halen. Het model sluit aan bij een methode van calculeren die binnen de branche gebruikelijk is. De specificaties die bij de modellen aangegeven zijn worden over het algemeen door de respondenten allemaal als nuttig gezien.

De specificaties zijn:

- de oppervlakte (totaal en opgesplitst in bv sanitair, kantoor, verkeersruimte);
- gebruik van het gebouw (inclusief aantal medewerkers, leerlingen);
- de leeftijd van het gebouw;
- het materiaal van de vloer;
- de frequentie van schoonmaken;
- het tijdstip van schoonmaken;
- het percentage jeugdigen dat wordt ingezet.

Over het tijdstip van schoonmaken wordt door de respondenten opgemerkt dat er pas bij een betrekkelijk laat tijdstip (ná 20.30 uur) sprake is van hogere lasten. Er wordt nagenoeg altijd schoongemaakt op uren waar de normale tarieven voor gelden. Het aantal jeugdigen dat wordt ingezet is weliswaar een criterium voor de prijs, maar bedrijven geven aan dat dit in de praktijk slechts een streven is (naar bijvoorbeeld 20 procent jeugdigen) en niet altijd te realiseren is. Een enkele respondent vindt het om die reden niet zinnig om het erbij te zetten.

## 6.3 Lijstprijzen

De bedrijven die hebben meegedaan aan de lijstprijzen hadden weinig problemen met deze methode. Het geeft een indicatie van de prijsontwikkeling. Een nadeel is dat slechts een deel van de omzet wordt behaald door diensten die gevat zijn in lijstprijzen. De onderhandeling met klanten wordt niet meegenomen bij lijstprijzen. Een kwantumkorting die gegeven wordt, kan wel worden waargenomen. De lijstprijzen zijn eenvoudig in te vullen en bijna alle bedrijven hanteren wel een vorm van lijstprijzen.

## 6.4 Vergelijking van methoden door de bedrijven

De schoonmaakbedrijven staan over het algemeen positief ten opzichte van de methoden die ze hebben getest. De enquêtedruk hebben de meeste kantoren als laag ervaren. De respondenten zien het meeste in modelprijzen. Bedrijven geven aan dat een kwartaalwaarneming eigenlijk te vaak is. Er is door bedrijven opgemerkt dat men het formulier het liefst per e-mail zou willen ontvangen.

## 7. Vergelijking van de methoden

### 7.1 Inleiding

In dit hoofdstuk zijn de relevante voor- en nadelen van de methoden voor zowel berichtgevers als voor het CBS op een rijtje gezet.

Hierbij gaat het naast de criteria die in de voorgaande hoofdstukken zijn behandeld, ook om criteria die betrekking hebben op de aard van de methode en de praktische haalbaarheid van de methode. Bij de aard van de methode kan gedacht worden aan de afstand tot de transactiepreisen (die het meest wenselijk zijn om waar te nemen), de objectiviteit, de waarnemingsfrequentie en in hoeverre de methode op langere termijn ook geschikt is. De praktische haalbaarheid slaat op de eenvoud van de methode, zodat het gemakkelijk uitgelegd kan worden aan de berichtgever en in hoeverre de methode praktisch in productie te nemen is.

### 7.2 Modelprijzen

Redenen om te kiezen voor modelprijzen:

- Deze waarneming registreert – tenminste in theorie – het effect van marktomstandigheden (waaronder kortingen vóór en onderhandelingen met de klant) op de prijs.
- De eenheid van prijsmeting is een contract, wat overeenkomt met de eenheid waarin de klant de dienst afneemt.
- Deze waarneming kost de bedrijven weinig tijd.
- De fictieve contracten en fictieve offertes zijn voor bedrijven duidelijk.
- De houding van de bedrijven ten opzichte van deze methode is overwegend positief.

Redenen om niet te kiezen voor modelprijzen:

- Er zijn altijd nog meer factoren die de prijs bepalen dan dat er op te nemen zijn in modelprijzen. Een voorbeeld is het percentage inleenpersoneel dat op een bepaald moment aanwezig is.
- Bij grotere bedrijven is de prijs die wordt ingevuld afhankelijk van de medewerker die het formulier invult.

### 7.3 Lijstprijzen

Redenen om te kiezen voor lijstprijzen:

- Lijstprijzen zijn objectief.
- Lijstprijzen zijn eenvoudig in productie te nemen en het is eenvoudig uit te leggen.

Redenen om niet te kiezen voor lijstprijzen:

- Slechts een deel van de omzet van de bedrijven is gebaseerd op lijstprijzen.
- Lijstprijzen worden waarschijnlijk maar één keer per jaar aangepast.
- Lijstprijzen zijn standaardprijzen. Kortingen die mogelijk aan klanten worden gegeven komen niet tot uiting in de prijs.

Tabel 1  
Criteriamatrix

	Gewicht	Modelprijzen	Lijstprijzen
Afstand transactiepreisen	A	++	+
Objectiviteit	A	+	+
Waarnemingsfrequentie	A	0	0
Houdbaarheid	B	+	+
Praktisch voor productie	B	+	++
Eenvoudig uit te leggen	B	0	++
Respons	A	++	0
Plausibiliteit	A	+	—
Enquêtedruk	A	++	++
Houding bedrijven	B	++	+

#### Score

- ++ zeer positief
- + positief
- 0 neutraal/niet van toepassing
- negatief
- zeer negatief

#### Gewicht

- A hoog
- B laag

#### 7.4 Conclusie

Gezien de beschreven voor- en nadelen en de beoordeling van de methoden ten opzichte van elkaar, is besloten om modelprijzen per kwartaal waar te nemen. Deze methode heeft de hoogste scores gehaald in de criteriamatrices in paragraaf 7.3. Bedrijven leveren objectieve cijfers, veel bedrijven kunnen de cijfers leveren en de methoden sluiten aan bij de administraties. Naast modellen van contracten worden er ook modellen van offertes gevraagd. Het feit dat de opgenomen contracten fictief zijn, betekent dat de prijzen iets kunnen afwijken van de werkelijke contractprijzen.

## Appendix

### Standaard Bedrijfsindeling (SBI)

De Standaard Bedrijfsindeling (SBI) is een systematische hiërarchische indeling van economische activiteiten. De SBI'93 wordt onder andere gebruikt om bedrijfseenheden te classificeren naar hun hoofdactiviteit.

K Verhuur van en handel in onroerend goed, verhuur van roerende goederen en zakelijke dienstverlening

74 Overige zakelijke diensten

747 Reiniging van gebouwen en transportmiddelen e.d.

7470 Reiniging van gebouwen en transportmiddelen e.d.

In de SBI '93 zijn de diensten van schoonmaakbedrijven onderverdeeld in twee subklassen, te weten 7470.1 en 7470.2.

#### SBI 7470.1

Reiniging van gebouwen

Deze subklasse omvat:

- reinigen van interieurs van gebouwen of gedeelten daarvan;
- glazenwassen;
- schoonmaken van toiletten inclusief verversen handdoeken, toiletpapier, zeepautomaat e.d.;
- schoorsteenvegen en schoonmaken van rookkanalen;

- brand- en roetreiniging (niet met behulp van zandstralen of stoom);
- gevelreiniging met behulp van onder hoge druk spuiten van water;
- verwijdering van graffiti.

Deze subklasse omvat niet:

- reinigen van gevels met stoom, door zandstralen e.d. (4545);
- reinigen van gebouwen en opruimen van bouwplaatsen na de bouw (4545);
- verwijderen van asbest (9000.4);
- particuliere huishoudens met schoonmaakpersoneel in dienst (9500).

#### SBI 7470.2

Reiniging van transportmiddelen en overige reiniging

Deze subklasse omvat:

- schoonmaken van tanks van schepen en vrachtwagens;
- reinigen van treinen, bussen, vliegtuigen enz.;
- schoonmaken van vuilcontainers;
- schoonmaken van verpakkingsmiddelen flessen, kratten, pallets e.d.;
- reinigen van industriële installaties;
- de gaswacht (schoonmaken en controle van gastoestellen);
- de bierwacht (schoonmaken en controle van bierleidingen);
- steriliseren van medische instrumenten en hulpmiddelen;
- schoonmaken van graven en grafmonumenten;
- schoonmaken van kachels, ovens, heetwaterketels e.d.;
- bestrijden van vogeloverlast bij vliegvelden, gebouwen e.d.;
- desinfecteren en bestrijden van ongedierte (niet ten behoeve van de landbouw).

Deze subklasse omvat niet:

- desinfecteren en bestrijden van ongedierte ten behoeve van de landbouw (0141.2);
- wassen van auto's (5020.5);
- reinigen van straten (9000.2);
- tankercleaning: inname en verwerking van milieubelastende stoffen uit tankers (9000.3);
- reinigen van kleding en textiel (9301.1, 9301.2);
- particuliere huishoudens met schoonmaakpersoneel in dienst (9500).