

Steeds meer vaart in publiek-private samenwerking

Aan de slag met jong én oud

Projecten, taskforces, pilots: de overheid stelt tientallen miljoenen beschikbaar om werkloze ouderen en jongeren aan de slag te helpen. De uitzendbranche speelt - samen met de publieke partners - een belangrijke rol. Vier experts vertellen waarom zij meedoen aan deze projecten en vooral: hoe zij deze doelgroepen aan werk helpen. "Ik loop gewoon met een jongere onder mijn arm binnen bij de inlener."

Economische lichtpuntjes of niet: de werkloosheid blijft stijgen. Bij jongeren en ouderen zelfs relatief hard. De overheid wil dit tegengaan en stelt tientallen miljoenen euro's subsidie beschikbaar. Twee projecten springen in het oog. Voor de jongeren is daar de grote aandrijver Mirjam Sterk, ambassadeur Aanpak Jeugdwerkloosheid. Voor ouderen is er het Actieplan 55PlusWerkt, waarvoor 67 miljoen euro beschikbaar is. Leonie Oosterwaal van de ABU: "Er worden op dit moment veel maatregelen genomen om de arbeidsmarkt weer draaiende te krijgen. Hartstikke goed, zeker als het gaat om speciale groepen als ouderen en jongeren. Heel mooi ook dat de uitzendbranche hier nadrukkelijk bij betrokken wordt. Het betekent dat men er eindelijk van doordrongen is dat wij dit kunnen en willen."

CREATIEVE AANPAK

Ook ABU-leden tonen zich enthousiast. Het programma van Randstad (Jeugd op Zoek) kan bijna niemand zijn ontgaan. Zij baarden veel opzien en publiciteit met hun plan om samen met Mirjam Sterk, de eerdergenoemde ambassadeur, in vijf weken 10.000 jongeren aan werk te helpen. Marjolein ten Hoonte, directeur arbeidsmarkt bij Randstad, was een van de architecten van dit plan. "Het is een succes geworden. Uiteindelijk hebben we 8.281 jongeren bemiddeld, maar de teller stopte natuurlijk niet na die vijf weken." Waarom koos Randstad voor jongeren? "Ten eerste wilden we gebruikmaken van het momentum. De zomervakantie is voorbij, jongeren zijn afgestudeerd, dat is het moment om werk te zoeken. Maar wij vinden het ook heel belangrijk om een lichtje te laten schijnen op deze groep werkzoekenden. Het is niet goed dat zoveel jongeren werkloos aan de kant staan. Dat wil overigens niet zeggen dat we andere groepen werkzoekenden minder belangrijk vinden."

Hoe vond Randstad die 8.281 plekken? "In de eerste plaats natuurlijk door gewoon ons werk te doen. Het enige verschil was dat wij dat dit keer in een publiek-private samenwerking deden. Wij hoorden steeds: wat bijzonder dat jullie dit gaan doen! Hoe ga je dat voor elkaar krijgen? Maar zo bijzonder was het niet. Wij zijn gewoon begonnen. Je merkt dan inderdaad dat uitzendorganisa-



Jongeren moeten niet te lang langs de zijlijn staan, maar direct de kans krijgen hun diploma te verzilveren.

ties erg actiegericht werken. Op een gegeven moment zagen onze partners ook dat het helemaal niet zo ingewikkeld hoeft te zijn allemaal. Wij focusten ons niet op het grote getal, maar zijn werk gaan zoeken. Steeds voor één iemand."

OP TOURNEE!

Desondanks verrichtte Randstad wel degelijk extra inspanningen. Een goed middel bleek de Jeugd op Zoek-bus: vooraf geselecteerde clubjes jongeren toerden een dag rond langs 'kansrijke' werkgevers. "In die bus hing 's ochtends echt een gezonde spanning. Eerst kregen ze een sollicitatietraining, daarna volgden drie à vier rondleidingen en *meets & greets* met inleners. We lieten ze daarbij ook spreken met andere jongeren binnen zo'n bedrijf, dat werkt vaak goed. In veel gevallen eindigde de dag met een sollicitatie. Maar zelfs als er geen banen waren, mochten we toch komen. Ondernemers bleken enorm gastvrij. Men voelde echt de behoefte een bijdrage te leveren aan dit project. Onze inspanningen hoefden ook niet per se te resulteren in een contract voor onbepaalde tijd. Wat telde, is dat jongeren een goede werkervaring opdoen." En zelfs als er helemaal geen werk was, had de tour toch zin. Ten Hoonte: "Jongeren zoeken en solliciteren eigenlijk alleen via internet en de social media. Op die manier krijg je weinig feeling met wat bijvoorbeeld een fieldengineer nou echt doet. Of hoe

het er in een bedrijf aan toe gaat, wat er van je verwacht wordt. Er viel nog wel wat te schaven aan hun werknemersvaardigheden. Denk aan zaken als op tijd komen, de omgang met collega's, het feit dat je soms een stapje extra moet doen. Die bezoeken hielpen daarbij. En werkgevers waren enorm positief over het feit dat wij jongeren voorbereidden op een sollicitatie én zagen bovendien de enorme motivatie die onze kandidaten hadden om aan de slag te gaan."

SNAKKEN NAAR JONGEREN

Ook Wiertz Personeelsdiensten sloot zich aan in de karavaan van Mirjam Sterk. Doel is om voor het einde van het jaar 500 Limburgse jongeren aan werk te helpen. Harm Wiertz: "We zien onszelf als de Randstad van Limburg en vinden dat we het aan onze stand verplicht zijn om een bijdrage te leveren aan het bestrijden van de jeugdwerkloosheid. Jongeren moeten niet te lang langs de zijlijn staan, maar direct de kans krijgen hun diploma te verzilveren. Elke dag dat ze niets doen, veroudert hun kennis en raken ze gewend aan vakantievieren." De Limburgse uitzendorganisatie startte begin september. Hoe krijg je in korte tijd vijfhonderd jongeren aan de slag? Door creatief te werk te gaan, zo blijkt. Wiertz: "In Limburg hebben we veel maakindustrie en die sector trekt weer aan. Daar liften wij op mee. Maar goed: het werk ligt nog steeds niet voor het oprapen. Niet elke werkgever



had vacatures. Maar tegelijkertijd merk ik dat men snakt naar jongeren, naar een frisse impuls binnen het bedrijf. Daarom zijn we samen met ondernemers creatieve oplossingen gaan zoeken. Een zo'n oplossing is, dat we fte's opknippen. Dit hebben we gedaan bij een callcenter. Zo kunnen per fte vijf jongeren een dag per week aan de slag. Dan doen ze in elk geval iets."

DREMPEL BESLECHTEN

Maar niet elke werkgever snakte naar jongeren. Er bleken soms best wat drempels te beslechten. Wiertz: "We hebben heel intensief het contact gezocht met werkgevers. Niet alleen bestaande klanten, maar zeker ook prospects. Eerst is het zaak hen te wijzen op de vrijblijvendheid van de uitzendformule in het algemeen. Daarnaast is het belangrijk om vooroordelen die soms bestaan over jongeren weg te nemen. Bijvoorbeeld dat ze onervaren zijn, of lui en ongeïnteresseerd. Tot slot wijzen we op het belang om jongeren in dienst te nemen, zowel voor henzelf als voor de jongeren. Soms was dat best even trekken en duwen, maar daarna gingen al snel de ogen open." De gedrevenheid van de Limburgse uitzender kan ook een rol hebben gespeeld. Wiertz schroomde er niet voor om 'met een jongere onder de arm' binnen te lopen. "We hebben bij verschillende werkgevers jongeren rondgeleid, ook al gaf men vooraf aan geen werk te hebben. Maar tijdens zo'n rondleiding gaan jongeren vragen stellen, ontstaan gesprekjes, zien werkgevers hun motivatie. In een aantal gevallen

heeft dat toch tot plaatsingen geleid. Er zijn zelfs organisaties geweest, zoals banken en gemeenten, die speciaal een functie hebben gecreëerd!"

Eind oktober stond de teller al op 400 jongeren. "Ik verwacht de komende periode nog een extra boost. We organiseren namelijk de Week van de Limburgse jongeren. Al onze kantoren doen mee. Er is een banenmarkt, we verzorgen nieuwe bedrijfsrondleidingen en geven sollicitatietrainingen. Die vijfhonderd gaan we makkelijk halen."

VIJFTIG IS HET NIEUWE VEERTIG

Van jong naar oud. Onder de noemer Actieplan 55-plusWerkt willen verschillende uitzendorganisaties samen met UWV de komende twee jaar 22.500 werkloze 55-plussers aan de slag helpen. Minister Asscher stelt hiervoor 67 miljoen euro beschikbaar. Hiervoor worden netwerkbijeenkomsten en inspiratiedagen georganiseerd voor de doelgroep en worden scholingsvouchers en plaatsingsbonussen gefinancierd. Die laatste kunnen oplopen tot 1.500 euro per plaatsing.

"Wij doen een strik om onze ouderen heen."

Menno Meijer is directeur van Rvaring, een uitzendorganisatie die zich exclusief toelegt op ouderen en meedoet aan het Actieplan 55PlusWerkt onder de ABU-vlag. Meijer: "Uitzendorganisaties kunnen heel veel betekenen voor ouderen. Maar voor ons verandert er feitelijk niets aan onze werkwijze. Wij zijn al sinds 2006 volledig toegespitst op deze doelgroep. Van de scholingsvoucher verwacht ik weinig heil. Je gaat een bockhouder van 60 toch niet meer omscholen. Maar die plaatsingsbonus is goed nieuws. Dat maakt het natuurlijk wel extra interessant."

Meijer loopt regelmatig tegen vooroordelen over ouderen aan. "Inleners hebben vaak al een stempel op ouderen gedrukt. Die wegnemen, dat is voor ons het spel. En eigenlijk lukt dat wonderlijk goed. Na een paar minuutjes zijn de meeste werkgevers al overtuigd. Het helpt daarbij dat ze zelf ook vaak geen twintigers meer zijn. Wij doen een strik om onze ouderen heen, laten inleners kennis maken met ze, pushen een beetje, benadrukken hun kwaliteiten, dan is het vaak al goed." De argumenten waarmee Rvaring inleners over de streep trekt: "Ouderen zijn trouw en loyaal, blijven vaak langer, brengen ervaring mee en zijn betrouwbaar. Vaak zorgen ze voor een serene rust op de werkplek. Bovendien: een zestiger van nu is niet te vergelijken met een zestiger van twintig jaar geleden. Kijk naar Jeroen Pauw. Kijk naar Madonna, die nu 55 is. Zestig is het nieuwe vijftig, vijftig is het nieuwe veertig. Dat vind ik ook echt het goede van dit plan: dat het veel positieve aandacht oplevert voor ouderen. Hoog tijd dat vooroordelen verdwijnen."

ELK MENS HEEFT EEN TALENT

Ook Manpower neemt deel aan het Actieplan 55PlusWerkt. Ze startten in oktober en hebben de ambitie om 500 extra plaatsingen van 55-plussers te realiseren. Esther Brooimans, productmanager Manpower Senior: "Het werken met dit soort doelgroepen zit in ons DNA. Nu wordt dit vanuit de overheid heel erg gestimuleerd, maar wij doen dit al langer. Door de publiek-private samenwerking is nu een sterke beweging ontstaan. De kracht van een uitzendorganisatie in deze samenwerking is dat wij onze distributiekanaalen opengooien. Wat dat betreft zijn wij voor dit soort groepen een onmisbaar kanaal."

Ouderen (met een WW-uitkering) starten met een netwerktraining, die de publiek-private partners samen hebben opgezet. Ze leren hun netwerk optimaal te benutten en scherpen hun sollicitatie- en presentatievaardigheden aan. Aanvullend organiseert UWV regionale bijeenkomsten om 55-plussers te inspireren bij hun zoektocht naar werk en werkgevers te stimuleren oudere werkzoekenden een kans te bieden. Brooimans: "Het zelfbeeld van ouderen is vaak laag. In de media horen ze dagelijks dat hun kansen op de arbeidsmarkt zeer zwak zijn. Mensen komen soms met hangende schouders binnen. 'Je hebt zeker geen baan voor mij?' Het beeld van ouderen is niet sexy. De vooroordelen zijn diepgeworteld en intens. De netwerktraining moet ouderen zelfverzekender maken én klaarstomen voor de arbeidsmarkt. Zij hebben vaak lange tijd voor eenzelfde baas gewerkt en niet geïnvesteerd in hun employability. Dat was ook niet nodig, omdat je tot je pensioen bij dezelfde baas zou werken, was de verwachting. Maar de arbeidsmarkt is veranderd. We maken de ouderen arbeidsfit, bijvoorbeeld middels scholing en training." Arbeidsfit maken betekent vaak ook: verwachtingen bijstellen. "55-plussers zijn bovengemiddeld gehecht aan baan zekerheid. Dat is lastig in deze tijd, bedrijven gaan vooral voor flexibiliteit. Baan zekerheid bie-

den we niet, wel werk zekerheid." Het is vervolgens aan de vestigingen om te bedenken hoe ze de ouderen aan werk kunnen helpen. "In Limburg bijvoorbeeld, is men met een busje 55-plussers langs klanten gereden. Informeel, gewoon om kennis te maken. Resultaat was desondanks dat zes van de tien mensen geplaatst zijn." Diversiteit op de werkvloer blijkt een overtuigend argument. "Jongeren zijn fris, up to date en snel, maar blijven niet lang, zijn erg gefocust op hun eigen ontwikkeling. Ouderen blijven, zijn loyaal. Je hebt die mix gewoon nodig, dat zien veel werkgevers ook wel in."

EXTRA FUNCTIES

Het tegengaan van werkloosheid onder jongeren en ouderen: een nobel streven zou je zeggen. Toch klinkt ook kritiek. De inspanningen zouden namelijk geen extra banen opleveren. Met andere woorden: elke baan die naar een jongere gaat, kan niet naar iemand anders gaan. Een journalist stelde zelfs cynisch vast: "Hoera! Mirjam Sterk mag ouderen werkloos gaan maken." Hoe kijken de deelnemende uitzendorganisaties hier tegenaan? Menno Meijer: "Ik ben positief kritisch over alle initiatieven die momenteel genomen worden. Vooral omdat het helpt vooroordelen over ouderen weg te nemen. Of zo'n banenplan werkt, dat is vraag twee. Het gaat inderdaad niet om nieuw werk.

Eigenlijk wordt er gewoon geschoven met banen en met geld. Ik vraag me af of deze projecten de hooggespannen verwachtingen kunnen waarmaken. Vaak zie je dat het uiteindelijk nul effect heeft op de totale arbeidsmarkt. Wat aantoonbaar wél werkt om nieuwe banen te creëren, is geld steken in kleine, innovatieve bedrijven." Wiertz: "Misschien levert het inderdaad weinig nieuwe banen op. Maar daar was deze actie ook helemaal niet voor bedoeld! Het ging om de jongeren! De uitzendbranche is onmisbaar voor deze groep. Als een werkgever in deze tijd al bereid is een jongere aan te nemen, dan alleen via de uitzendformule. In die zin zijn wij van onmisbare waarde. Ten Hoonte: "Baancreatie hoort niet bij onze core business. Wij vragen ons echt niet af of het een extra baan is of niet. Macro-economisch is dat misschien interessant, maar wij kijken op micro niveau. We helpen jongeren aan werk. En verder is het niet aan ons." Met name Randstad trok met 'Jeugd op Zoek' naast veel lof ook kritiek. Men zou makkelijk willen scoren, de actie zou vooral voor de Bühne zijn. Onterecht, wat betreft Oosterwaal. "Zo makkelijk was dat scoren niet. Die publiciteit was ook nodig om werkgevers te triggeren. Zie het als een private Postbus 51-actie."

Drie keer actie!

Actieplan 55PlusWerkt

Doel is om in twee jaar 22.500 55-plussers aan werk te helpen. Er is 67 miljoen euro beschikbaar. Hiervoor worden netwerkbijeenkomsten en inspiratiedagen georganiseerd voor de doelgroep en worden scholingsvouchers en plaatsingsbonussen gefinancierd. Werkgevers en werkzoekenden kunnen een scholingsvoucher voor maximaal 750 euro aanvragen voor om- en bijscholing. Uitzendorganisaties ontvangen een bonus als ze een werkzoekende plaatsen: 300 euro bij een plaatsing van minimaal drie maanden, oplopend tot 1.500 euro bij een plaatsing van minimaal een jaar. De ABU, NBBU en UWV werken samen in dit actieplan.

Project Ontsluiting Werkzoekenden bestanden

Om de samenwerking tussen gemeenten, UWV en de uitzendbranche een extra impuls te geven - en dus werkzoekenden met een

uitkering sneller en beter aan het werk te helpen - stelt staatssecretaris Jetta Klijnsma vijf miljoen euro beschikbaar. De Programmaraad (UWV, VNG, Divosa en Cedris) en de ABU hebben hiervoor een project ontwikkeld. De 35 arbeidsmarktregio's worden uitgenodigd om door samenwerking hun werkzoekendenbestand (WW en WWB) beter te ontsluiten. Het aanjaaggeld (130.000 euro per regio) moet dit stimuleren. Voorwaarde is dat in een regio wordt samengewerkt door UWV, minimaal twee gemeenten en minimaal één uitzendorganisatie.

Aanpak jeugdwerkloosheid

De Rijksoverheid investeert tot 2015 50 miljoen om meer jongeren aan het werk te krijgen. Ambassadeur van dit project is Mirjam Sterk. Zij stimuleert de samenwerking tussen gemeenten, werkgevers en het onderwijs bij het aanpakken van de jeugdwerkloosheid. Gemeenten krijgen in 2013 € 25 miljoen om in hun regio jongeren aan werk te helpen. Zij werken in regioverband samen met scholen, UWV en uitzendorganisaties.





□ **KLEIN ROOD LOPERTJE**

Hoe dan ook: de geïnterviewden zijn enthousiast. Oosterwaal: “Deze projecten werken, mede omdat ze zijn toegesneden op de werkwijze van de uitzendbranche.”

Ten Hoonte: “Bij ons programma om 10.000 jongeren aan werk te helpen, heb ik vooraf gezegd: laten we nu eens kijken hoe we dit heel praktisch aan kunnen pakken. We roeiden samen op met UWV en gemeenten, maar doen ieder voor zich waar we goed in zijn. Dan zie je dat we elkaar echt kunnen versterken. Samen hebben we voor deze groep en klein rood lopertje uitgerold. Terug naar de arbeidsmarkt.” Oosterwaal: “Ik vind ook Project Ontsluiting Werkzoekendenbestanden (zie kader) een goed project. Heel regelluw, echt een verademing. Elke arbeidsmarktregio mag zijn eigen invulling geven. Prima, laat 1.000 bloemen bloeien! Het leidt tot heel veel dynamiek en enthousiasme. Iedereen zegt: Ja! Zó willen we werken.”

Praktisch, overzichtelijk en toegesneden op de uitzendbranche. Kwalificaties die niet per se voor al die andere projecten in de publiek-private samenwerking gelden.

Leonie: “Ik ben soms wat huiverig voor de uitvoering. Neem de sectorale plannen van de arbeidsmarktregio's, die maar mondjesmaat tot stand komen. Er is zoveel diversiteit, er zijn zoveel niveaus waarmee afgestemd moet worden, zoveel regels. Ik merk dat onze leden op zich blij zijn met al die plannen en dat men graag betrokken wil raken, maar het lastig vindt om het overzicht te behouden. Wij worden overspoeld met vragen.” Brooimans: “Ik snap heel goed dat een consultant door de bomen het bos niet meer ziet. Maar het is aan mij om de regie te behouden en de vertaalslag naar de vestigingen te maken. Ik bekijk wat zij nodig hebben voor een actie, en probeer de ingrediënten vervolgens panklaar aan te leveren. Denk bijvoorbeeld aan een argumentenkaart; een lijstje met voordelen die het inhuren van ouderen met zich meebrengt. Wat ook goed werkt: de successen delen op ons intranet. Al was het maar om te laten zien: zo simpel kan het zijn!” ■

Advertentie

Total Mobility Management van B.A.S. Mobiliteitsbeheer

Dé ideale vervoersoplossing voor uitzendorganisaties

Voordelen van onze dienstverlening:

- Flexibiliteit in huurvorm en inzetperiode
- Inzet voertuigen volledig afgestemd op de behoefte
- Optimalisatie voertuiggebruik middels Track & Trace
- Gratis aflevering op locatie
- Kilometerregistratie conform richtlijnen Fiscus (geen bijtelling)
- Tankkaarten met Limietbewaking
- Klantspecifieke managementrapportage
- Prijzen vanaf **€ 12,47** per dag



Nijverheidsweg 9 / 5527 AG Hapert / Tel: 0800 333 44 40 / www.belbas.eu / info@belbas.eu

Contactpersoon: André. Bleyenbergh +316 53 33 89 03