BLIK OP DE TOEKOMST

blik op de toekomst

150 Brabantse werkgevers over onze regionale arbeidsmarkt

blik op de toekomst

150 Brabantse
werkgevers over onze
regionale arbeidsmarkt

Voorwoord

Een uniek arbeidsjaar

Het is oktober 2020. Nederland zucht al een half jaar onder corona. Een recessie ligt op de loer. Men verwacht dat in bepaalde sectoren werkgevers hun werknemers zullen moeten ontslaan. In andere sectoren lijken de personeelstekorten juist verder op te lopen. Op dat moment start VNO-NCW Brabant Zeeland het project Blik op de Toekomst. Een project om de door de crisis verwachte vraag en aanbod van arbeidskrachten bij bedrijven op te halen. En vooral om ondernemers in contact te brengen met publieke organisaties in de regio.

Maar de verwachte ontslaggolf komt niet. Bedrijven laten een enorme veer- en innovatiekracht zien, met dank aan het steunpakket van de regering en een sterk stimuleringsbeleid. Over de hele breedte van de economie ontstaat een groot tekort aan arbeidskrachten. Het wordt een uniek arbeidsjaar waarin werkgevers in sneltreinvaart leren om anders naar hun medewerkers, organisatie en vacatures te kijken.

Ze ontwikkelen thuiswerk- en vitaliteitsbeleid, ze maken werk van vergrijzing en duurzame inzetbaarheid. Bedrijven gaan bij- en omscholen, sommige bedrijven starten zelfs hun eigen opleiding. En ondernemers staan nu meer dan ooit open voor een doelgroep die met wat begeleiding de ‘handjes’ kan bieden die zij zo hard nodig hebben. Zo opent de coronacrisis de ogen voor het grote potentieel aan mensen die nu nog aan de kant staan.

Blik op de Toekomst beweegt mee. Nu de ‘personeelsoverschotten’ uitblijven richt het project zich vooral op de vraag naar personeel. In interviews met 150 ondernemers halen we de grootste uitdagingen van Brabantse bedrijven op en inventariseren we hun visie en ondersteuningsbehoefte om de arbeidsmarkt beter te laten functioneren. Best-practices worden breed gedeeld om andere werkgevers te inspireren, en we verdiepen met elkaar op de inhoud in kleinschalige bijeenkomsten. Het belangrijkste doel: een brug slaan tussen bedrijven en publieke organisaties op de arbeidsmarkt. En de voordeur alvast een stukje openen, zodat ondernemers en overheden gemakkelijker bij elkaar binnenkomen.

Blik op de Toekomst heeft een bijzonder tijdsbeeld van de arbeidsmarkt opgeleverd. Het laat zien dat ondernemers en arbeidsmarktpartners elkaar op allerlei manieren nodig hebben. Dat het niet de vraag is óf publiek-private samenwerking nodig is, maar eerder hoe we dat het beste kunnen organiseren. Het versterken van samenwerking, door te kijken naar kansen, daar is deze inspiratiebundel een eerste aanzet toe. Want als ondernemers en publieke organisaties elkaar kennen, als bedrijven open staan voor vernieuwing en als de publieke dienstverlening wordt gekend en gedragen door het bedrijfsleven, dan komen we samen tot een arbeidsmarkt die beter (samen)werkt, voor iedereen.

Veel inspiratie gewenst,

Maud van Zandvoort
Regisseur Perspectief op Werk en Blik op de Toekomst

Anne Deelen
Belangenbehartiger Arbeidsmarkt & Onderwijs VNO-NCW Brabant Zeeland

Inhoudsopgave

Voorwoord
Een uniek arbeidsjaar 4

1. Blik op de Toekomst 9

2. Zuidoost-Brabant 13
2.1 Over ondernemend Zuidoost-Brabant 15
2.2 Kansen en uitdagingen op de arbeidsmarkt 18
2.3 Ondernemers aan het woord 23

3. Helmond-De Peel 33
3.1 Over ondernemend Helmond-De Peel 35
3.2 Kansen en uitdagingen op de arbeidsmarkt 38
3.3 Ondernemers aan het woord 45

4. Midden-Brabant 55
4.1 Over ondernemend Midden-Brabant 57
4.2 Kansen en uitdagingen op de arbeidsmarkt 60
4.3 Ondernemers aan het woord 65

5. Kansen voor publiek-private samenwerking 75
5.1 Belangrijkste uitdagingen van ondernemers 76
5.2 Kansen voor samenwerking op de regionale arbeidsmarkt 78
5.3 Conclusie: samen werken aan ‘samenwerken’ 81

1. Blik op de Toekomst

Perspectief op Werk

In 2019 ging het landelijk programma Perspectief op Werk van start. Het programma is een gezamenlijk initiatief van overheden, werkgevers en onderwijs om de publiek-private samenwerking in de arbeidsmarktregio's te verbeteren, zodat meer mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt een baan kunnen vinden. We kenden toen, net zoals nu, een krappe arbeidsmarkt. En, onder het credo 'als we nu geen mensen naar werk kunnen helpen, wanneer dan wel?' maakten we een begin. In elke arbeidsmarktregio werd een doe-agenda opgesteld om via concrete projecten aan de slag te gaan met de uitvoering van dit programma.

Coronacrisis

VNO-NCW Brabant Zeeland wilde haar steentje bijdragen in de uitvoering van deze doe-agenda's en ontwikkelde, na het uitbreken van de coronacrisis in het voorjaar van 2020, het project Blik op de Toekomst. Het doel van dit project was om de personeelsvraagstukken van bedrijven in beeld te brengen en om zo de publiek-private samenwerking te versterken. Met dit project zou het verwachte overschot aan werknemers bij een aantal bedrijven in kaart kunnen worden gebracht, terwijl ook de eventuele personeelsvraag kon worden geregistreerd. Zo konden we als regio inspelen op het bij elkaar brengen van vraag en aanbod, en werknemers naar een andere sector begeleiden, mochten er faillissementen en ontslagen volgen.

'Het doel van het project Blik op de Toekomst was om de personele effecten van de coronacrisis in beeld te brengen én ondernemers in contact te brengen met publieke organisaties in de regio. Op die manier wilden we de regionale publiek-private samenwerking versterken.'

Anne Deelen, belangenbehartiger arbeidsmarkt & onderwijs
bij VNO-NCW Brabant Zeeland

En toch, tekorten!

Gelukkig liep het allemaal anders. De meeste bedrijven bleven overeind. Werknemers werden niet massaal ontslagen. Het ging met veel bedrijven zelfs zo goed, dat er over de hele breedte van sectoren personeelstekorten zijn ontstaan. Werkgevers zochten oplossingen en inspiratie om nieuwe medewerkers te vinden. Goede suggesties om de personeelstekorten op te lossen brachten we door dit project in kaart. Hierbij besteedden we bijzondere aandacht aan de grote groep mensen die nu nog aan de kant staan, maar die de vacatures van bedrijven misschien goed zouden kunnen invullen.

Onze aanpak

In Brabant zijn drie projectleiders aan de slag gegaan met het bezoeken van 150 bedrijven. Dit deden we in drie arbeidsmarktregio's: Zuidoost-Brabant, Helmond-De Peel en Midden-Brabant. In elke regio spraken we, in de periode oktober 2020 tot oktober 2021, 50 ondernemers over hun personeelsbeleid.

- Samen met de publieke organisaties bepaalden we welke ondernemers zouden worden bezocht. Zo brachten we de belangrijkste arbeidsmarktuitdagingen van bedrijven voor nu en de toekomst in kaart, ook juist bij die bedrijven die nog niet bekend zijn bij de arbeidsmarktpartners in de regio.
- De vragen en ideeën die we bij deze bedrijven ophaalden deelden we met de regionale arbeidsmarktpartners zoals UWV, WSP (Werkgeversservicepunt), SW-bedrijven en gemeenten. Het contact met deze publieke organisaties vond plaats op reguliere basis en was in sommige gevallen intensief. Ook het onderwijs werd in sommige regio's betrokken.
- Er werd op verzoek van bedrijven, soms zelfs op casusniveau, over vacatures en personeelskwesties gesproken. Door contacten te leggen konden we werkgevers direct helpen met hun vraag. Hierbij haalden we vele suggesties op voor het structureel versterken van de publiek-private samenwerking.
- Voor ondernemers die verdieping zochten op een bepaald onderwerp organiseerden we online en offline bijeenkomsten, soms met publieke vertegenwoordigers erbij.

Inspiratiebundel voor regionale publiek-private samenwerking

In deze inspiratiebundel delen we de opbrengsten van het project Blik op de Toekomst. We doen verslag over wat we hebben opgehaald bij de 150 bedrijven die we hebben bezocht in het kader van dit project. Dit doen we per arbeidsmarktregio. Per regio beschrijven we de ervaringen van de projectleider en maken aan de hand van een aantal thema's een opsomming van de belangrijkste input die bij de ondernemers is opgehaald. Ook laten we in enkele interviews ondernemers zelf aan het woord. Aan het eind van deze inspiratiebundel maken we de brede conclusie op van alle input die we in de verschillende regio's hebben opgehaald. We delen de kansen die ondernemers zien voor het versterken van de publiek-private samenwerking en hopen dat dit een constructieve bijdrage levert aan de samenwerking tussen bedrijven en publieke organisaties in de arbeidsmarktregio's.

2. Zuidoost-Brabant

2.1 Over ondernemend Zuidoost-Brabant

‘Het belangrijkste signaal dat we hebben opgehaald? Er zijn overal vacatures. Echt overal. We komen in Zuidoost-Brabant heel veel ‘handjes’ tekort. En niet alleen in de bouw en techniek. Ondernemers zoeken mensen in de logistiek, accountancy, monteurs, management, kwaliteitszorg, productiepersoneel. Ga zo maar door. Op dit moment tellen we zelfs de laagste WW-aanvragen van de laatste 10 jaar!

Mismatch

Het lastige is dat er een grote mismatch is ontstaan. Dat betekent dat er mensen zijn die werk zoeken, maar geen werk hebben omdat hun profiel niet goed past bij de vacatures van bedrijven. Deze mensen werkten bijvoorbeeld in administratieve en secretariële functies, in de dienstverlening of reisbranche. Hun ervaring of opleiding sluit niet goed aan op wat bedrijven in de huidige markt nodig hebben. Daarnaast zijn er ook mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Het gaat dan om mensen die al geruime tijd geen werk meer hebben, mensen met een arbeidsbeperking of mensen die gedeeltelijk zijn afgekeurd. Hier zit nog veel onbenut arbeidspotentieel. Het is daarom jammer wanneer deze werkzoekenden zich niet goed genoeg kunnen presenteren op hun cv, waardoor ze niet op het bureau van de werkgever belanden.
Of wanneer werkgevers niet buiten de ‘standaard’ functies kunnen denken. Dat is dan een gemiste kans voor beide partijen.

‘Open voor alles’

Feit is dat er op dit moment geen mensen voor de productie of techniek beschikbaar zijn. Dit wordt door vrijwel alle werkgevers in Zuidoost-Brabant als grootste probleem in de regio benoemd. En, als ze met veel geluk toch iemand vinden, zien we vaak dat men niet fulltime wil werken maar slechts twee of drie dagen in de week. Ook taal is soms een belemmering. Als mensen geen Nederlands spreken is dit lastig voor bedrijven. Maar, omdat nieuwe medewerkers via de reguliere wegen nauwelijks te vinden zijn, staan werkgevers voor alles open om toch aan personeel te komen, zo horen we tijdens de gesprekken. Ze leiden zelf medewerkers en zij-instromers op, trekken arbeidsmigranten aan en proberen de factor arbeid te reduceren door automatisering en robotisering.

> ‘Omdat nieuwe medewerkers via de reguliere wegen nauwelijks te vinden zijn staan werkgevers voor alles open om toch aan personeel te komen’
>
> Anja van Bladel, Projectleider Blik op de Toekomst in Zuidoost-Brabant

Mogelijkheden voor werkgevers

Hoewel de nood hoog is, worden de publieke organisaties op de arbeidsmarkt nog niet altijd gevonden in hun zoektocht naar nieuw personeel. Tijdens de gesprekken wijzen we de werkgevers op de mogelijkheden die genoemde overheidsinstanties te bieden hebben. De samenwerking met deze organisaties verliep goed. Samen bepaalden we welke ondernemers zouden worden bezocht. Deels waren dit leden van VNO-NCW Brabant Zeeland, maar ook bedrijven die door de gemeente waren aangereikt. Wekelijks besprak ik met accountmanagers wat de werkgevers ons meegaven aan vacatures, vragen, opmerkingen en initiatieven.

Grote kans

Ik heb gedurende het project veel werkgevers met concrete vacatures met de arbeidsmarktpartners in contact gebracht. Het bleek in de praktijk erg lastig om deze vacatures in te vullen. Dat is jammer, zeker omdat ondernemers tijdens de gesprekken hebben aangegeven dat de gemeente en het UWV als vacaturepartners veel aantrekkelijker zouden kunnen zijn dan de externe wervingsbureaus. Bovendien zouden die instanties werkzoekenden kunnen helpen om zich met een filmpje of competentie-cv beter te presenteren. Het gaat werkgevers vooral om wat iemand wél kan en of hij of zij gemotiveerd is. Volgens mij ligt hier grote kans voor de arbeidsmarktpartners in de regio.’

‘Meer mogelijkheden’

“De samenwerking, elkaar kennen en vinden, biedt mogelijkheden om gebruik te maken van elkaars netwerk. Goed dat de projectleider actief de link heeft gemaakt tussen werkgevers en de regionale overheid. Zo zie ik voor de toekomst meer mogelijkheden in deze verbinding, bijvoorbeeld gezamenlijk inhoud geven aan communicatie en kennisoverdracht richting werkgevers. Ik heb niet het gevoel dat er door dit project heel veel concrete openingen voor de doelgroep van arbeidsbeperkten zijn ontstaan vanwege de kloof tussen vraag en aanbod. Maar, het project heeft er wel toe bijgedragen dat we elkaar op casusniveau hebben weten te vinden.”

Jeroen Wissink
Businessunitmanager Ergon, Sociale Werkvoorziening

2.2 Kansen en uitdagingen op de arbeidsmarkt

In dit hoofdstuk delen wij de opbrengsten van onze gesprekken met 50 ondernemers uit de regio Zuidoost-Brabant. Wat zeggen zij over thema's als innovatie, inclusiviteit, onderwijs en regionale samenwerking?

Innovatie en bedrijfsvoering

Werkgevers geven aan dat de krappe arbeidsmarkt hen dwingt om anders te kijken naar werving en selectie. Het beseft dringt door dat een werkzoekende voor een bedrijf kiest en niet andersom. Daarom besteden ondernemers meer aandacht aan hun marketingcommunicatiestrategie, ook wel 'employer branding' genoemd. Ze willen hun bedrijf sexy maken, een duidelijke visie uitstralen, perspectief en uitdaging bieden aan toekomstig personeel. In het verlengde hiervan vragen werkgevers, vooral die met veel vacatures, zich af hoe het kan dat er in de huidige krappe arbeidsmarkt nog steeds mensen zijn die een baan zoeken, maar geen werk kunnen vinden. Ze noemen het een 'mismatch' tussen de vraag van bedrijven en het aanbod van werkzoekenden.

> 'Waarom zou er nog iemand thuis zitten die graag wil werken?'
>
> Caspar Lievaart, Director Benelux Transport Jan de Rijk Logistics

Wet- en regelgeving

De veelheid en complexiteit van de arbeidsmarktregelgeving leidt er soms toe dat werkgevers vastlopen in het vinden van de juiste dienstverlening. Tijdens onze gesprekken geven werkgevers aan dat zij niet altijd op de hoogte zijn van de financiële tegemoetkomingen waarvan ze gebruik kunnen maken, zoals loonkostensubsidies, loonkostendispensaties, no risk-polis voor ziekteverzuim, vergoeding voor externe jobcoaches en het concept proefplaatsing. Een aantal werkgevers geeft aan dat het loonkostenvoordeel nadrukkelijker onder de aandacht zou kunnen worden gebracht. Het loonkostenvoordeel is een tegemoetkoming voor werkgevers die één of meer werknemers in dienst nemen uit doelgroepen die vaak lastig aan het werk komen. Elke compensatie van mogelijk intensieve begeleiding en productieverlies is namelijk zeer welkom bij werkgevers.

Sociaal ondernemerschap

Uit onze gesprekken komt naar voren dat veel werkgevers al een inclusief personeelsbeleid voeren, zonder hier zelf bewust van te zijn. Zo hebben we meerdere bedrijven bezocht waar het personeelsbestand bestaat uit werknemers die op dat moment of vlak daarvoor onder een bepaalde regeling vielen. Veel bedrijven registreren of presenteren zichzelf alleen nog niet als een 'sociale werkgever'.

Een grote uitdaging zien werkgevers in het 'meekrijgen' van werknemers in het principe van 'een leven lang ontwikkelen', zodat zij duurzaam aan het werk kunnen blijven. Dit speelt vooral bij de werknemers in meer praktische banen. Er zijn al subsidies via gemeenten, UWV en het werknemersloket, maar sommige werkgevers hebben ook behoefte aan subsidie om private partijen in te huren die de loopbaanbegeleiding doen. Om werknemers binnen branches van werk naar werk te helpen hebben werkgevers meer behoefte aan begeleiding. Met name tussen branches ligt er een grote uitdaging op het gebied van mobiliteit. De sectorfondsen zouden hier volgens werkgevers een rol kunnen spelen.

Onderwijs en educatie

Het beroepsonderwijs sluit in sommige gevallen niet voldoende aan bij de praktijk op de werkvloer. Dit is een grote zorg voor veel ondernemers. Sommige bedrijven nemen de scholing van jongeren daarom meer in eigen hand. Op die manier willen werkgevers ook nieuwe medewerkers aan hun bedrijf binden. Ondernemers vinden daarnaast dat er een generatiekloof is ontstaan omdat er de laatste decennia te weinig jongeren in de techniekssector zijn ingestroomd. Zij proberen deze kloof enigszins te dichten door het aannemen van werkzoekenden of mensen uit een andere sector (zij-instromers). Volgens de werkgevers is het belangrijk dat techniek meer als een sexy sector wordt gepresenteerd.

‘Specifiek voor het techniekonderwijs draagt een van de gesproken werkgevers een concrete oplossing aan. Laat een elektromonteur niet pas na twee of drie jaar zijn vakdiploma halen, maar geef hem in korte tijd een basisopleiding, waarna hij specifieke praktijkgerichte modules kan kiezen en certificaten kan behalen. Het is een mooi voorbeeld van de procesgerichte manier waarop ondernemers denken en een goede suggestie om studenten dichter bij de bedrijfspraktijk te brengen.’

Anja van Bladel, Projectleider Blik op de Toekomst in Zuidoost-Brabant

Kennis van algemene digitale vaardigheden wordt volgens werkgevers steeds belangrijker. Het thuiswerken door corona maakte al duidelijk dat niet iedereen de juiste vaardigheden heeft om bijvoorbeeld een Zoom-meeting te kunnen bijwonen. Bovendien worden steeds meer taken en functies digitaal. Werknemers moeten mee in deze digitale revolutie, anders vallen ze buiten de boot. Dit is een opdracht voor het onderwijs én het bedrijfsleven samen, zeggen de ondernemers.

‘Waarom moeten studenten vakken volgen die zij niet nodig hebben in de praktijk? Laten we iemand die wil timmeren vooral leren timmeren.’

Willian van Kroonenburg, bestuursvoorzitter Jansen Huybregts

Publiek-private samenwerking

Het aantal actieve instanties en regelingen met betrekking tot het regionale arbeidsmarkbeleid is onoverzichtelijk, geven verschillende werkgevers aan. De ondernemers weten niet bij wie ze waarvoor terechtkunnen, wie welke kandidaten heeft en waar ze advies kunnen krijgen over regelgeving. Veel werkgevers in Zuidoost-Brabant willen één contactpersoon namens de instanties die alles voor bedrijven kan regelen of begeleiden. Als er overzicht komt, ontstaat er volgens de ondernemers vanzelf een betere samenwerking en uitruil van kennis en kansen tussen bedrijven en arbeidsmarktpartners.

‘We zouden meer ketendenken moeten toepassen. Wat is de opgave waar we allemaal voor staan? Hoe kan samenwerking ons versnelling brengen? Soms zitten we gevangen in systemen, gewoontes en belangen.’

Marleen Prins, COO EQUANS Nederland

In dit project hebben we speciale aandacht besteed aan bedrijven die nog niet samenwerken met publieke organisaties. Verschillende werkgevers geven in onze gesprekken aan dat zij bij het invullen van een vacature nog niet aan UWV, WSP, SW-bedrijf of gemeente denken. Het UWV zien de meeste bedrijven als uitkeringsinstantie, maar nog niet als een partner die kan helpen om vacatures in te vullen. Daarbij komt dat een deel van de ondernemers bij het invullen van vacatures nog niet denkt aan mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Om samenwerking tot bloei te brengen is volgens de werkgevers meer praktijkgerichte voorlichting richting bedrijven nodig. Ook ondersteuning bij de bedrijven op de werkvloer is belangrijk. Hier liggen grote kansen voor de publieke overheidsorganisaties om de samenwerking te intensiveren.

2.3 Ondernemers aan het woord

Na de zomer van 2020 treedt het realisme in. Het komt niet zomaar goed. Vooral de ingestorte verkoop van drank en tabakswaren op luchthavens brengt een iconische Eindhovense drukkerij in zwaar weer. Afslanken is onvermijdelijk. Maar des te meer groeit de inspiratie om 'harder op de trommel te slaan'.

Het is maart vorig jaar. De wereld gaat in lockdown. Ook de agenda van directeur Henk Nota van Vrijdag Premium Printing is in één keer leeg. Er wordt niet meer gevlogen. Niet door Henk zelf en niet door zijn verkopers, die normaal wekelijks in de lucht zitten. De drukkerij uit 1905 heeft namelijk klanten over de hele wereld. Van het Caribisch gebied tot in Centraal-Amerika, China en Lieshout, allerlei internationale bedrijven laten hun etiketten en verpakkingen maken en bedrukken aan de Eindhovense Limburglaan. 'Omdat wij complexe technieken en bewerkingen in combinatie met elkaar op een halve millimeter nauwkeurig kunnen uitvoeren', aldus Nota. 'Die drukkerijen zijn er niet veel in de wereld.' Vanwege die extreem hoge kwaliteit draait Vrijdag Premium Printing al jarenlang een stabiele omzet in luxe verpakkingen voor onder andere chocolade, dranken, parfum en sigarenbandjes, de holy grail in de drukwerkbranche. Hierdoor heeft Vrijdag ook minder te lijden gehad van de voortdurende krimp in de grafische industrie, waardoor de bedrijfstak elke tien jaar wordt gehalveerd. Sterker nog, de markt voor verpakkingen is alleen maar gegroeid. Een gezond bestaan dus. Totdat het vliegverkeer vrijwel tot stilstand kwam.

'Inspiratie om harder op de trommel te slaan'

Henk Nota, directeur Vrijdag Premium Printing

Duty free

Wat het vliegverkeer met een Eindhovense drukkerij te maken heeft? Alles. De producten, waarvoor Vrijdag de verpakkingen maakt, worden voor een belangrijk deel in de horeca en duty free shops op luchthavens verkocht. ‘Die omzet is door Covid volledig weggevallen’, zegt Nota. ‘Sommige klanten hebben hierdoor tientallen procenten afzetverlies. Zo groot is die verkoop op luchthavens. Dit werkt door in de keten, ook naar ons.’ Toch breekt geen paniek uit bij Vrijdag. Er is nog een redelijke omzet buiten de luchthavens. Wel merken de ruim 100 medewerkers dat ze steeds meer tijd hebben. Ook Nota ziet het: ‘Iedereen dacht dat de coronacrisis na de zomer voorbij zou zijn. Dus zet je als werkgever niet meteen het mes in je personeelsbestand. Zeker niet omdat de kennis en ervaring van medewerkers in een bedrijf als dat van ons ontzettend waardevol zijn. Bovendien kennen we elke medewerker persoonlijk en wil je geen afscheid nemen. Wel hebben we mensen via natuurlijk verloop laten gaan en tijdelijke contracten niet verlengd. Maar dit bleek niet genoeg.’

Afslanking

Als in de zomer van 2020 de mondiale lockdowns zijn opgeheven en stranden en winkels open zijn ziet de wereld er rooskleurig uit. Maar dan komt in september toch weer de klap. Nota: ‘Het wordt duidelijk dat mensen ook de komende jaren veel minder zullen gaan vliegen. KLM heeft het zelfs over een herstel van de luchtvaart in 2025. Dit zijn veel mensen die op het vliegveld geen kist sigaren of een fles cognac meer kopen. Op dat moment besef je als ondernemer dat een snel herstel er niet meer in zit en dat afslanking nu echt een realiteit geworden is. We maakten al gebruik van de NOW-regeling van de overheid. Een ruimhartige subsidie die zeer welkom was en waar ik dankbaar voor ben, omdat ik anders al veel eerder had moeten ingrijpen. Maar dit heeft niet kunnen voorkomen dat ik met grote teleurstelling toch enkele vaste krachten heb moeten laten gaan.’ Nota kan hierbij gebruikmaken van het arbeidsbemiddelingsbureau C3, dat in 2009 speciaal is opgericht om mensen uit de grafische sector van werk naar werk te begeleiden. ‘Zo’n branchegerichte organisatie werkt, zowel voor werknemers als werkgevers. Veel meer branches zouden zo’n dedicated bemiddelaar moeten hebben.’

Nieuwe impulsen

Bijzonder is dat Nota aan de ene kant zijn bedrijf heeft moeten afslanken, maar aan de andere kant allerlei initiatieven ontplooit en zelfs weer mensen aanneemt: ‘We versterken onze salesforce, omdat we ons ook op andere sectoren dan onze klassieke afzetmarkten willen richten. We waren hier al mee bezig, maar Covid heeft het versneld. Ook hebben we onze tijd benut om bijvoorbeeld een duurzame productietechniek te ontwikkelen waarmee we zonder metaalpoeder toch een metaaleffect op een verpakking kunnen realiseren. Maar wat we vooral meer gaan doen is samenwerken. Als een moderne netwerkorganisatie willen we samen met partners een breder palet van diensten aanbieden om klanten te ontzorgen. Bijvoorbeeld grafisch en 3D-design, een quickscan om de duurzaamheid van verpakkingen te berekenen, en zelfs fulfillment. Ondertussen hebben we met zes andere bedrijven in de verpakkingsketen het samenwerkingsverband Packadore Collective opgezet, waarmee we in slechts enkele maanden al negen innovatieve verpakkingsconcepten hebben ontwikkeld. Al die nieuwe impulsen waren nooit zo snel van de grond gekomen zonder Covid. Het is een sense of urgency waarbij elke ondernemer ziet: dit is het momentum, we grijpen het aan!’

Aanvullende regelingen

Terwijl veel bedrijven in Brainport zich met of zonder overheidssteun redelijk staande houden, heeft Henk Nota de coronacrisis dus al stevig gevoeld. Hij denkt dat er nog veel meer bedrijven zijn die op langere termijn last van de coronacrisis zullen hebben: ‘We hebben het vaak over winkels, café’s en restaurants. Die hebben het inderdaad heel moeilijk. Maar als ze over een paar maanden weer opengaan, zitten ze direct vol. Er is echter een ontzettend grote groep bedrijven die net zoals wij veel langer op herstel zal moeten wachten. Die verhalen gaan we waarschijnlijk pas veel later horen. Het zou goed zijn als de overheid zich hier nu al op voorbereidt, bijvoorbeeld door een ruimere vervroegde uittreding of deeltijd-ww.’ Volgens Anja van Bladel van VNO-NCW Brabant Zeeland is hier een belangrijke rol voor de werkgeversvereniging weggelegd: ‘Op dit moment horen we inderdaad weinig van de overheid over aanvullende regelingen. We begrijpen allemaal dat er meer urgente zaken zijn. Maar die regelingen zijn straks wel nodig. Zo is deeltijd-ww een uiterst handig

middel om medewerkers niet te snel boventallig te maken en is een ruimere vervroegde uittreding heel geschikt om met zachte hand af te slanken. Het is belangrijk dat leden zoals Henk Nota dit bij ons onder de aandacht brengen, zodat wij ermee aan de slag kunnen gaan.’

Op de trommel

Ondanks de afslanking en de sluier die nog over de luchtvaart hangt is Henk Nota een baken van optimisme en vertrouwen in de toekomst: ‘Je kunt bij de pakken neerzitten, maar dat doet geen enkele ondernemer. Ik heb samen met onze mensen de weg naar voren gekozen. Ik noem het: harder op de trommel slaan. Nieuwe kansen aangrijpen, nieuwe initiatieven ontplooien en samenwerkingen zoeken. En vooral: er héél luid en duidelijk over vertellen, zodat iedereen het hoort. Deel het als ondernemers ook met elkaar. Gisteravond had ik een bijeenkomst van de studieclub van VNO-NCW Zuidoost-Brabant. Hartstikke leuk. Het ging over innovatie. Iedereen zei: we moeten wat, door Covid. Ik vertelde wat wij doen en hoorde hoe andere ondernemers ook nieuwe dingen erbij zijn gaan doen, hoe ze nieuwe partnerships zoeken. Op deze manier inspireer je elkaar. Zo werkt een netwerk. Tegenslagen overwinnen. Kansen aangrijpen. En harder op de trommel slaan.’

19 mei 2021

‘Werkgevers moeten niet te kieskeurig zijn’

Peter van Mierlo, vestigingsdirecteur Valstar Simonis Eindhoven

Aanwas is er genoeg. Alleen de doorstroom valt tegen. Te veel mbo-studenten elektro- en installatietechniek krijgen tijdens hun studie geen werkplek in het bedrijfsleven. Zijn werkgevers te kieskeurig? ‘Ja’, zegt Peter van Mierlo van Valstar Simonis. ‘En dat kunnen we ons niet veroorloven.’

Van de 80 studenten die in september 2020 startten met de BBL-variant van de mbo-opleiding Summa Elektro- & Installatietechniek haakten er 20 al na vier maanden af. Belangrijkste reden: het lukte hen niet om een leerwerkplek bij een bedrijf te bemachtigen. Vreemd, want installatiebedrijven zitten te springen om nieuwe werknemers. Ze betalen zelfs recruiters om nieuwe arbeidskrachten te werven. Maar een kwart van de ‘gratis’ aanwas vanuit de opleidingen laten ze links liggen. Wat is hier aan de hand?

Perspectief

Het Eindhovense Summa College biedt de mbo-opleidingen Elektro- & Installatietechniek vooral in de BBL-variant aan. Dit betekent dat studenten één dag in de week naar school gaan en vier dagen bij een bedrijf werken. In de BOL-variant gaan de studenten juist vaker naar school, maar deze studievorm is steeds minder populair. ‘Dit komt door de grote vraag naar personeel vanuit het bedrijfsleven, maar ook omdat BBL-studenten een salaris krijgen van hun werkgever en hun BOL-collega’s slechts een onkostenvergoeding’, aldus Guido van Eijk. Hij is teamleider van de betreffende opleidingen en ziet de laatste jaren de belangstelling van studenten toenemen: ‘De bouw zit in de lift en het arbeidsmarktperspectief is goed. Onze studenten kunnen normaal gesproken makkelijk werk vinden. Maar dus niet allemaal. En dat is wrang.’

Passie

Peter van Mierlo werkt al negen jaar bij het installatietechnisch advies- en ingenieursbureau Valstar Simonis. Hij begon destijds zelf als stagiair en is sinds kort directeur van de vestiging Eindhoven. De vijver waarin hij normaal vist naar jong personeel lag voorheen vooral op hbo- en universitair niveau. Nu gooit hij zijn hengel ook uit bij de mbo-scholen in de regio: ‘We zien al een paar jaar dat hbo- en universitaire studenten in de elektrotechniek bijna allemaal kiezen voor de hightechindustrie en niet voor de klassieke vermogens-elektrotechniek. Dus zoeken wij nu ook in het mbo of er studenten zijn die bij de werkzaamheden van ons bureau passen. En vooral: of zij de motivatie hebben om zichzelf bij ons te willen ontwikkelen. Theorie kun je leren. Wij geven onze mensen alle ruimte, middelen en begeleiding voor ontwikkeling. Maar de passie moet echt uit jezelf komen. Hier kijken wij met extra belangstelling naar.’

Match

Van Mierlo werd op zijn wenken bediend. Voor het project Blik op de Toekomst belde Anja van Bladel namens VNO-NCW Brabant Zeeland met Valstar Simonis. ‘Tijdens het gesprek bleek dat het bedrijf een stagiair of medewerker elektrotechniek voor cad-tekenwerk zoekt’, aldus Van Bladel. ‘Ik heb vervolgens contact gezocht met het Summa College.’ Daar kreeg ze Eric Jacobs aan de lijn, coördinator beroepspraktijkvorming (BPV) voor de opleiding Elektro- & Installatietechniek. Hij liep naar het autocad-lokaal waar laatstejaars student Joey aan het cad-tekenen was. Met de telefoon in de hand werd de match gemaakt. ‘Na zijn examens in mei komt Joey bij ons werken’, aldus Van Mierlo. We hebben al een van onze meest ervaren cad-tekenaars als leermeester voor hem klaar staan.’

Kans

Zo makkelijk als deze toevallige match verliep, zo moeizaam gaat het bij een aantal andere studenten, merkt Summa’s teamleider Guido van Eijk: ‘Onze studentenpopulatie is de laatste jaren gewijzigd. We hebben nu meer statushouders die de installatietechniek in willen, maar de Nederlandse taal onvoldoende beheersen. Zij hebben ook vaak beperkte vervoersmogelijkheden, waardoor ze niet ver naar hun werk kunnen reizen. En dan hebben we dit jaar ook enkele zij-instromers, die door corona hun reguliere baan zijn kwijtgeraakt. Deze studenten hebben soms geen technische achtergrond maar staan open voor omscholing.

Verwachtingen

Summa’s BPV-coördinator Eric Jacobs vindt dat studenten ook zelf verantwoordelijk zijn voor hun eigen succes: ‘Ik maak dagelijks mee dat studenten gefrustreerd raken omdat ze nul op het rekest krijgen. Dat is waar. Maar de oorzaak ligt soms ook bij de studenten zelf. Het zijn niet allemaal ideale schoonzonen. Het heeft ook veel met verwachtingsmanagement te maken. Hoe ziet de aanwas er tegenwoordig uit, waar word je als werkgever en bedrijf mee geconfronteerd en hoe stel je je daarop in?’ Van Mierlo: ‘Je bent als werkgever vooral op zoek naar mensen om je personeel te ontlasten, niet om ze nog meer te belasten. Als iemand de taal niet spreekt of te weinig technische bagage heeft, is extra capaciteit nodig om die persoon te begeleiden. En die capaciteit is er vaak niet. Dit verklaart waarom ook wij soms een recruiter betalen om een werknemer te werven die meteen aan de slag kan. Maar tegelijk moeten wij als werkgevers beseffen dat we hiermee de aanwas aan de onderkant zodanig demotiveren, dat studenten stoppen met hun opleiding. Dit lost het probleem dat we met zijn allen hebben in de techniek niet op.’

Mentale omslag

Betekent dit dus dat werkgevers te kieskeurig zijn? ‘Absoluut’, aldus Van Mierlo. ‘We hebben niet meer de luxe om alleen te sturen op declarabele uren of productiviteit. Als we niet meer effort steken in het begeleiden en opleiden van mensen, die misschien niet honderd procent bij ons competentieprofiel passen, dan hebben we over een paar jaar niets meer om te sturen. En wat doet dat met het bestaansrecht van onze bedrijven? Wij moeten als bedrijfsleven echt een mentale omslag maken. Je ziet vaak dat mensen op basis van een stukje tekst op papier niet worden uitgenodigd. Daar gaat het al mis. Als een cv niet exact is wat je zoekt, probeer dan aanknopingspunten te vinden en nodig de persoon uit voor een gesprek. Het kost maar een uurtje. Maar in dat uurtje leer je veel meer dan in een motivatiebrief. Je kunt uitleggen hoe jouw organisatie in elkaar zit, wat je van elkaar verwacht, waar de interesses liggen. Ik kijk tegenwoordig op twee manieren naar een kandidaat. Heb je de juiste opleiding? Mooi. Heb je de juiste motivatie? Beter.’

Rechtstreekse contacten

Valstar Simonis probeert potentiële medewerkers te ontdekken door bedrijfspresentaties bij studieverenigingen te geven. Ook zou het helpen om rechtstreekse contacten met de onderwijsinstellingen te onderhouden, maar dit is volgens Van Mierlo niet eenvoudig: ‘Het is lastig om de juiste personen in het onderwijs te vinden. Bovendien zit het onderwijs er waarschijnlijk niet op te wachten om door ondernemers te worden platgebeld.’ Toch is dit laatste niet waar, zegt Van Eijk: ‘Wij willen ondernemers juist aansporen om wél te bellen. Dit kunnen we echt wel aan. Het begeleiden van onze studenten naar werk is maatwerk, dat door scholen en bedrijven samen moet worden opgepakt. Dit lukt het best als er rechtstreekse contacten zijn. Kijk naar Joey. Eén telefoontje maakt echt een verschil.’

3. Helmond-De Peel

3.1 Over ondernemend Helmond-De Peel

‘De economie in Zuidoost-Brabant bleek tijdens de coronacrisis sterker dan verwacht, ook in Helmond-De Peel. Natuurlijk zijn sommige branches zoals de horeca, retail, de evenementensector en de reisbranche zwaar getroffen en hebben zij het nog steeds moeilijk. Daarbuiten doen bedrijven in deze regio het echter beter dan verwacht. Na de grote schok in maart 2020 pakte ondernemend Zuidoost-Brabant snel weer de koe bij de horens. Ondernemers hebben een enorme innovatiekracht laten zien, vormden hun organisaties om en hielden hiermee het aantal ontslagen tot het minimum beperkt. Dit verdient een groot compliment. En sterker nog: toen ik voor Blik op de Toekomst aan de slag ging was het belangrijkste signaal dat ik van ondernemers hoorde: we komen mensen tekort!

Alternatieven

Deze onverwachte vraag naar personeel nam de volgende maanden alleen maar toe. Werkgevers hadden vanwege corona afscheid genomen van hun flexibele schil, maar konden bij de aantrekkende vraag ineens geen mensen meer vinden. Opvallend is dat bedrijven heel snel schakelden. Omdat handjes steeds lastiger te vinden zijn zochten ondernemers naar technologische alternatieven zoals automatisering, robotisering en digitalisering om het huidige en toekomstige tekort op te gaan vangen. Het is weliswaar geen universele oplossing voor alle bedrijven, maar zeker voor maakbedrijven een oplossing waar werkgevers nu met urgentie veel intensiever dan ooit naar kijken.

‘Omdat handjes steeds lastiger te vinden zijn zochten ondernemers naar technologische alternatieven zoals automatisering, robotisering en digitalisering om het huidige en toekomstige tekort op te gaan vangen.’

Maurice Manders, projectleider Blik op de Toekomst in Helmond-De Peel

Verwachting

In dit project hebben we speciale aandacht besteed aan bedrijven die nog niet samenwerken met publieke organisaties. Tijdens de gesprekken heb ik de ondernemers gevraagd wat zij eigenlijk verwachten van de publieke organisaties (UWV, Senzer en gemeente) die actief zijn in de arbeidsmarktregio. Zij bieden immers verschillende diensten aan om bedrijven te helpen om hun personeelsvraagstukken op te lossen. De reacties waren niet overweldigend. De overheid wordt door veel bedrijven nog niet gezien als partner in het wervingsproces van nieuwe medewerkers. Ondernemers zien bijvoorbeeld het UWV nog vooral als uitkeringsinstantie die is gebonden aan veel regels. Al die regels zorgen bij de werkgevers nogal eens voor onbegrip. Daarnaast is het dienstverleningsaanbod van overheidspartijen bij veel bedrijven nog niet bekend. Ondernemers geven aan door de bomen het bos niet meer te zien. Het is voor hen onmogelijk om het hele veld van sociale wet- en regelgeving te overzien. Wanneer wij ondernemers in onze gesprekken attendeerde op de dienstverlening die voor hen interessant zou kunnen zijn, wilden zij graag in contact komen met betreffende organisaties. Er liggen dus nog veel kansen in het creëren van duidelijkheid om zo meer ondernemers te kunnen betrekken.

Succesfactor

Ik heb een aantal bedrijven gesproken die naar tevredenheid mensen hebben geplaatst. Vooral Senzer is bekend onder ondernemers. Als succesfactor noemen de bedrijven meestal de begeleiding. Want, bedrijven hebben niet altijd ruimte om nieuwe medewerkers aan de hand mee te nemen in de nieuwe omgeving. Bedrijven die nog niet samenwerken met overheidspartijen, gaven als reden dat ze de werkzoekenden niet vinden passen bij de vacatures.

Om nog maar niet te beginnen over de drukte, die op veel werkplekken heerst. Goede begeleiding zou van grote meerwaarde kunnen zijn om de slagingskans te vergroten.

Waardering vakmanschap

Tot slot, er is meer waardering nodig voor vakmanschap. Er kiezen te veel kinderen voor een theoretische opleiding in plaats van een vakopleiding. Dan is het extra belangrijk dat de leerlingen, die wel een vakopleiding kiezen, werken met up-to-date methoden en technieken, Dit signaal kreeg ik van héél veel bedrijven. Bedrijfsscholen maken meer en meer een opmars, om jongeren in de praktijk de kneepjes van het vak te leren. Dat laat zien hoe hoog de nood is, voor ondernemingen in deze regio!

‘Inzicht in samenwerking’

‘Het project Blik op de Toekomst Helmond-de Peel heeft een aantal inzichten en resultaten opgeleverd in de samenwerking tussen overheid en bedrijven. Om te beginnen heeft het project als resultaat opgeleverd dat de samenwerkende partners een regionale impressie kregen over de staat van de bedrijven in onze regio. In een tijd, waarin we vanuit de coronacrisis bijna direct teruggingen naar een overschot in vacatures, was dit inzicht belangrijk. Met deze inzichten is er tijdens dit project direct actie ondernomen op de regionale dynamieken op de arbeidsmarkt.

Een gesprek met het UWV, gemeente Helmond, horecaondernemers en VNO-NCW Brabant Zeeland zorgde ervoor dat er al vroeg bewustzijn werd gecreëerd over de personeelstekorten in de horeca. Daarnaast heeft Blik op de Toekomst ons ook inzicht gegeven in de dynamieken van de verschillende sectoren in onze regio. Onder andere hieruit volgen uitdagingen op het gebied van bijvoorbeeld personeel en huisvesting voor de regionale arbeidsmarkt. Deze uitdagingen kunnen worden aangepakt wanneer het bedrijfsleven, overheid en onderwijs samenwerken. Perspectief op Werk, daarmee ook Blik op de Toekomst, heeft de samenwerking tussen de verschillende spelers op de arbeidsmarkt versterkt.’

Maarten Fieret
Beleidsmedewerker Onderwijs en Arbeidsmarkt bij gemeente Helmond

3.2 Kansen en uitdagingen op de arbeidsmarkt

In dit hoofdstuk delen wij de opbrengsten van onze gesprekken met 50 ondernemers uit de regio Helmond-De Peel. Wat zeggen zij over thema's als innovatie, inclusiviteit, onderwijs en regionale samenwerking?

Innovatie en bedrijfsvoering

Het beperkte personeelsaanbod is een remmende factor voor bedrijfsgroei, geven verschillende ondernemers aan in onze gesprekken. Hierdoor wordt binnen maakbedrijven de mens-machineverhouding anders: één persoon gaat steeds meer machines aansturen. Dit gebeurt vooral om de krapte op de arbeidsmarkt op te vangen, maar is ook een goede ontwikkeling om de concurrentie met Azië beter aan te kunnen gaan. Omdat het volgens werkgevers te lang duurt om mensen zelf op te leiden werken veel productiebedrijven met arbeidsmigranten. Voor het aantrekken van deze mensen is huisvesting enorm belangrijk. Kun je dat goed regelen, dan krijg je de mensen, zeggen de werkgevers.

> 'Door corona hebben veel bedrijven hun producten en diensten aangepast. Sommige ondernemers zagen hun normaal zo succesvolle markt zelfs helemaal wegvallen en moesten snel iets nieuws bedenken. Zoals een bedrijf in waterdispensers voor op kantoor, waar echter geen mensen meer werkten. Het bedrijf vond een nieuwe markt in luchtreinigingsapparatuur.'
>
> Maurice Manders, Projectleider Blik op de Toekomst in Helmond – De Peel

Veel traditionele maakbedrijven kampen met een vergrijzend personeelsbestand. Corona bracht dit extra aan het licht. Zij maken nu levensfasebewust beleid om hun personeel geleidelijk te verjongen. Bedrijven in meer hippe bedrijfstakken, waar al veel jongeren werken, moeten juist moeite doen om deze jonge mensen te behouden.

> 'Als ondernemer moet je de blik naar voren houden. Juist in de horeca moet je nu durven investeren en moet je werknemers aan je binden. Dat was in coronatijd niet altijd makkelijk, wel noodzakelijk.'
>
> Hugo Molleman, eigenaar van diverse horecabedrijven

Wet- en regelgeving

Verschillende ondernemers doen een krachtig appel voor minder regelgeving rond de arbeidsmarkt en vereenvoudigde regelingen. Ze geven aan door de bomen het bos niet meer te zien en ze willen hierin ook ontzorgd worden. Een werkgever in de textielproductie zegt: 'Het is voor ondernemers nu niet te doen om dit helemaal te snappen.' De jaarlijkse beoordeling van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt is bijvoorbeeld een grote belasting voor ondernemers. Dit komt vooral omdat deze mensen niet alleen door het bedrijf, maar ook door de overheidspartijen moeten worden beoordeeld. Dat is dus anders dan voor het reguliere personeel.

‘Ik doe een hartstochtelijk appel om alle regelingen omtrent de arbeidsmarkt te verminderen en te vereenvoudigen. Ondernemers zien door de bomen het bos niet meer.’

Philippe van Esch, CEO Vescom

Sociaal ondernemerschap

Begeleiding op de werkvloer wordt door ondernemers als belangrijk element gezien bij het aannemen van iemand met een afstand tot de arbeidsmarkt. Dit kan niet altijd plaatsvinden vanuit de reguliere medewerkersbezetting, geven de werkgevers aan. Ondersteuning is op dit vlak gewenst. Vooral de ervaringen met Senzer werden als positief ervaren.

Sommige werkgevers missen de sociale werkplaatsen met hun ‘oude manier van organiseren’. Ze bedoelen hiermee dat voorheen de fysieke arbeid op de sociale werkplaats plaatsvond, waar de mensen onder gecontroleerde omstandigheden en vaste werktijden door bekende gezichten werden begeleid. Ondernemers merken dat mensen met een arbeidsbeperking meer en meer werkzaam zijn op de reguliere arbeidsmarkt, en ook dat deze doelgroep niet altijd aansluit bij reguliere functies in bedrijven. Een kanttekening daarbij is dat ondernemers zeggen nog niet goed bekend te zijn met bijvoorbeeld jobcarving of functiecreatie, en niet weten dat zij hiervoor ondersteuning kunnen krijgen.

‘We willen personeel graag aan ons binden. Dus zorgen we voor zoveel mogelijk plezier in het werk. De juiste opdrachten aannemen, zorgen dat de monteurs weinig reistijd hebben. Dat kan niet altijd, maar het zorgt voor tevreden werknemers.’

Janneke Hoeben, mede-eigenaar Hoeben Installaties

Onderwijs en educatie

Opvallend veel bedrijven in Helmond-De Peel starten hun eigen trajecten voor omscholing of zelfs een geheel eigen opleiding, met of zonder samenwerking met het ROC. Dit komt vooral omdat werkgevers zien dat het aantal studenten uit de reguliere vakopleidingen niet voldoende is. Daarnaast sluiten de opleidingen volgens werkgevers niet altijd aan bij de moderne praktijk. Hierdoor kiezen nog minder jongeren voor techniek. Ondernemers vinden dat het vakmanschap meer gepromoot zou moeten worden. Onder andere op scholen. Ook het meester-gezelmodel kan volgens een werkgever de trots op het vakmanschap vergroten.

‘De horeca kent een enorm probleem: hoe kom ik aan (goed) personeel. Dat was al voor corona, dat is door corona nog versterkt. We moeten als branche zorgen voor perspectief voor ons personeel en zorgen dat jongeren weer voor onze opleidingen gaan kiezen.’

Geert Blenkers, eigenaar diverse horecabedrijven

‘We moeten het in Nederland niet hebben over laag of middelbaar geschoold. Ze zijn praktijkgeschoold. Vakmensen, en daar moeten we trots op zijn.’

Pim van de Mortel, eigenaar MCM

Publiek-private samenwerking

De publieke instanties in de regio worden door veel werkgevers nog niet altijd gezien als partner in arbeidsbemiddeling. Dit heeft te maken met imago: de werkgevers zien een overheidsinstantie niet als partner die kan helpen om vacatures in te vullen. Ook is men nog niet altijd bekend met het dienstverleningsaanbod. Ondernemers missen overzicht in hetgeen er regionaal wordt georganiseerd en aangeboden. Regelgeving beperkt publieke organisaties in hun flexibiliteit om afspraken te maken over de individuele bedrijfspraktijk, zo zeggen ondernemers. Hierin wensen zij meer ruimte voor maatwerk. Dit betekent dat er volop kansen zijn om de samenwerking tussen bedrijven en de instanties te verbeteren.

19 juli 2021

3.3 Ondernemers aan het woord

De gemiddelde leeftijd van de medewerkers bij MCM in Liessel is 35 jaar. Heel jong voor een technisch bedrijf in de metaalbewerking. En elk jaar komen er jonge mensen bij. Toevallig? Nee. Het is het regelrechte succes van een ondernemer van een kleiner bedrijf, die groot durft te denken.

Het personeelsbestand van MCM is net zo groot als de gemiddelde leeftijd: 35 mensen. De jongste is 17, leerling-verspaner. De oudste is een vakvolwassen verspaner van 65 die al 43 jaar bij MCM werkt. Terwijl veel technische bedrijven klagen over de moeizame aanwas van jongeren, slaagt MCM erin om jaarlijks één tot drie nieuwe jonge medewerkers te recruteren. Tegen de trend in vinden deze jongeren het werken in de techniek interessant en zien zij het Liesselse bedrijf als een aantrekkelijke werkgever. Wat doet MCM precies anders of beter waardoor het daar wél lukt?

Vierde generatie

MCM staat voor: Van de Mortel Constructiebedrijf Machinefabriek. Producent van complexe metaalproducten voor grotere OEM’ers en system suppliers in Nederland en daarbuiten. Een typisch Brainport-bedrijf, onderdeel van het regionaal technologisch ecosysteem. Vaste klanten zijn onder andere DAF en bedrijven in de food, hightech en medische wereld. MCM is een familie-bedrijf sinds 1909. Inmiddels staat de vierde generatie aan het roer: Pim van de Mortel, 38 jaar. Hij nam het bedrijf in 2010 over van zijn vader, die de oorspronkelijke smederij had uitgebouwd tot een kleine machinefabriek. Pim verdubbelde de omvang van het bedrijf, mede door het succes van Brainport: ‘We hebben geluk dat we in deze bloeiende hightech-omgeving zitten.

Maar de regio is ook succesvol door de cultuur en de hands-on mentaliteit die we in Brabant hebben. Niet te veel kletsen, maar doen. Nieuwsgierigheid met een vleugje autisme. De ideale voedingsbodem voor techneuten.’

Zaterdagbaan

Als tiener groeide Pim op in het familiebedrijf. Hij werkte er vaak op zaterdag: ‘Thuis kwam ik nooit iets tekort, maar ik moest er wel voor werken.’ Pim was niet de enige jongere met een zaterdagbaantje in de Liesselse fabriek. ‘Al tientallen jaren verdienen jongeren uit het dorp op zaterdag bij ons een centje bij. Ze beginnen met poetsen en worden daarna operator. Dan hopen we ze te enthousiasmeren voor een baan in de techniek.’ De zaterdagbaan is een cruciaal onderdeel van MCM’s personeelsbeleid geworden, vertelt Pim: ‘Hiermee kunnen wij de jeugd uit onze omgeving in de praktijk laten zien hoe interessant het werken in de techniek is. Bovendien verdienen ze met zo’n bijbaan meer dan als vakkenvuller in een supermarkt. Misschien staat de jeugd in een dorp hier meer voor open dan jongeren in de stad. Maar elk technisch bedrijf zou zo’n zaterdagbaan kunnen aanbieden en promoten.’

Eigen opleiding

Als jongeren door hun zaterdagbaan interesse in techniek hebben gekregen biedt MCM ze een BBL-leerwerktraject aan. Eerst was dit bij een reguliere MBO-opleiding voor metaalbewerking in Eindhoven. Maar dit beviel niet. Pim: ‘De jongeren werken bij ons met de nieuwste machines en technieken. De verouderde theorie op school sloot hier totaal niet bij aan. Ze leerden niets, verveelden zich. Een collega-ondernemer in de buurt ondervond hetzelfde met leerlingen op zijn bedrijf. In overleg met de jongeren hebben we ze naar een private bedrijfsopleider in Hengelo gestuurd. Daar werden ze wel op een eigentijdse manier geschoold. Toch was het voor ons onaanvaardbaar dat wij leerlingen uit Brainport, de slimste regio van de wereld, naar Hengelo moeten sturen voor een goede technische opleiding. Dus na veel koppen koffie besloten we: we gaan het zelf doen.’

Techniekcentrum Brainport

De twee ondernemers beseften dat ze een nieuwe opleiding niet alleen konden realiseren. Andere ondernemers uit Helmond en de Peel sloten zich aan, er werden contacten gelegd met Brainport Industries College en ROC Ter AA, en subsidieregelingen werden aangesproken. Drie jaar geleden werd het idee werkelijkheid: Techniekcentrum Brainport in Deurne. Nu een moderne opleiding voor metaalbewerking voor BBL-leerlingen van zo’n tien regionale bedrijven. Straks een brede technische school met verschillende soorten technische opleidingen voor alle bedrijven, leerlingen en zij-instromers uit de wijde Brainport-omgeving. Het is een gedurfd initiatief met grote ambities. Veel groter dan je van een bedrijf met een bescheiden omvang als MCM zou verwachten. Maar Pim heeft alles goed doordacht en berekend: ‘Als ondernemers hebben we er samen met onze leveranciers en partners een prachtig machinepark neergezet. Dat is duur ja. Maar machines kun je constant moderniseren en na een paar jaar weer verkopen. Met een efficiënte eigentijdse opleiding leren jongeren het vak razendsnel, werken ze snel op niveau bij onze bedrijven en leveren ze binnen een jaar al meer waarde per uur op dan de opleiding kost. Die meerwaarde is ons budget om de opleiding constant op niveau te houden.’

Techniekpromotie

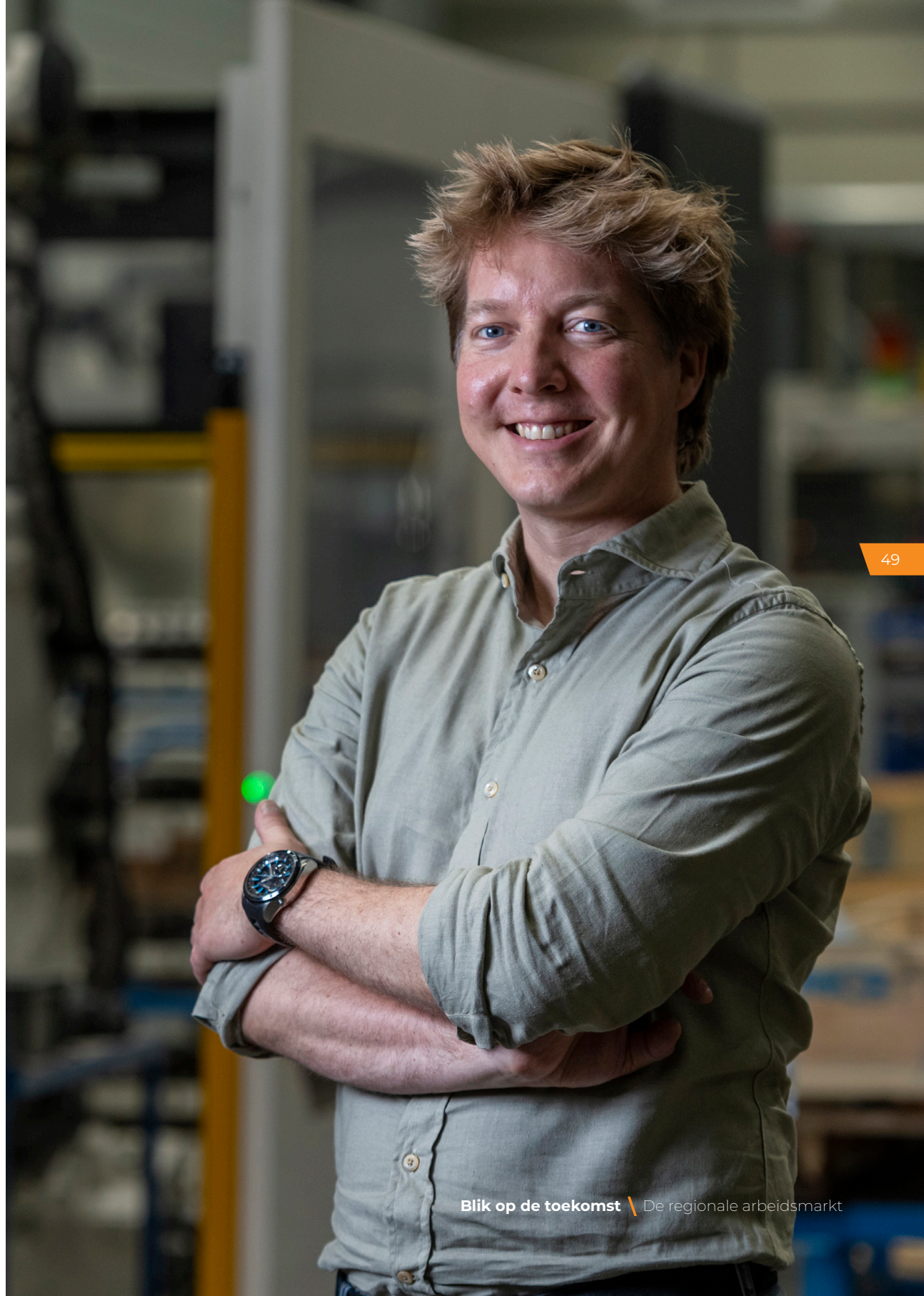
En Pim blijft groot denken. Hij is ook een van de drijvende krachten achter Stichting Hightech Helmond - de Peel. Namens technische maakbedrijven in de regio onderneemt de stichting allerlei activiteiten om basisschoolkinderen kennis te laten maken met techniek. Er zijn materialen zoals hightech-leskisten en events zoals Bedrijf in een Doosje, de Live Tech Battle en de Hotspot Hightech Helmond - de Peel tijdens de jaarlijkse Dutch Technology Week in Brainport, waar voor corona 4000 bezoekers op af kwamen. Pim: ‘Ik doe dit samen met enkele andere gekke ondernemers, vijftig regionale bedrijven, onderwijsinstellingen en gemeenten. Hiermee zetten we het werk voort dat door de in 2016 overleden William Pijnenburg, directeur van AAE, was gestart. Ontzettend belangrijk werk om techniek dichter bij de jeugd te brengen.’

Jeugd met jeugd

Met de zaterdagbanen, de eigen opleiding en de activiteiten voor het basis-onderwijs doet Pim van de Mortel er alles aan om de jeugd in en rond Liessel voor MCM en andere technische bedrijven te winnen. En het werkt. Door de jaarlijkse instroom van jonge medewerkers blijft zijn personeelsbestand jong. Ook collega-metaalbedrijven in de buurt hebben een jong team. Hij is het dan ook niet helemaal eens met de stelling dat technische bedrijven moeilijk aan jonge medewerkers kunnen komen: ‘Sómmige bedrijven kunnen geen jonge mensen krijgen. Er zijn tegenwoordig weer meer jongeren die voor techniek kiezen. Zeker hier in Brainport. Techniek is namelijk best sexy en de jeugd ziet inmiddels ook dat je met een praktische technische opleiding al snel vier- tot vijfduizend euro bruto kunt verdienen. Maar er is één voorwaarde: jeugd wil met jeugd werken. Zij willen niet in een omgeving werken waar de gemiddelde leeftijd 55 is en de meeste collega’s hun vader of opa konden zijn. Investeer daarom in de jeugd uit je omgeving. Dan houd je je bedrijf jong en blijf je aantrekkelijk voor de jeugd. Jonge aanwas is tegenwoordig cruciaal voor de toekomst van je bedrijf. Als je de mensen hebt komen de klanten en omzet vanzelf. En daar kun je dus zelf echt iets aan doen.’

Lof

Maurice Manders is een van de projectleiders van het project Blik op de Toekomst van VNO-NCW Brabant Zeeland en vroeg Pim van de Mortel om zijn verhaal te vertellen: ‘Omdat andere ondernemers ervan kunnen leren. Ten eerste is het een eye-opener: de mensen die bij jou kunnen werken wonen waarschijnlijk gewoon dichtbij. Je hoeft alleen maar de ambitie te hebben om ze op de goede manier te benaderen. Maar Pims verhaal leert vooral dat je als ondernemer en bedrijf nooit te klein bent om iets groots te doen. Iets waar zelfs andere bedrijven de vruchten van plukken. Hiervoor verdient Pim alle lof.’



1 juni 2021

‘Personeel binden door dienend leiderschap’

Sanne Schepers, directeur Afdeling Online Helmond

Werkgevers van groeiende bedrijven doen van alles om nieuwe werknemers voor hun bedrijf te winnen. Maar in alle ijver vergeten ze de achterdeur. Hoe bind je je huidige medewerkers aan je onderneming? ‘Probeer het eens met dienend leiderschap’, zegt Sanne Schepers van Afdeling Online. ‘Dit kan echt in elk bedrijf.’

Ze wonnen de FD Gazellen twee keer na elkaar. In 2019 en 2020, categorie Klein, regio Zuid. Sinds de start in 2012 groeide online marketingbureau Afdeling Online in Helmond snel, zowel in omzet als personeel. Corona zette het bedrijf even op pauze, maar sinds augustus vorig jaar gaat het weer helemaal los. ‘Online marketing was al een groeimarkt. Nu is het echt booming business’, zegt directeur Sanne Schepers (32). Samen met haar echtgenoot Jaap richtte ze het bedrijf op. Zij vanuit haar creatief-communicatieve ervaring. Hij vanuit zijn commerciële achtergrond. ‘We volgden het klassieke bierviltje-scenario in een café. Naam bedenken, wat gaan we doen? Op de wandeling naar huis wisten we het: wij zijn een verlengde afdeling van onze klanten voor online marketing. Collega’s. Afdeling Online.’

Nieuwe waarden

Sanne en Jaap zijn millennials die werken met millennials in een bedrijfstak die zelfs nog jonger is. Daar horen de nieuwe waarden van die generatie bij. Bijvoorbeeld dat je niet alles kapot hoeft te analyseren voordat je iets nieuws begint. ‘Is het verstandig om als partners te gaan samenwerken? Hoeveel fouten gaan we maken? We dachten erover na. Maar gingen het toch gewoon doen.’ Inmiddels telt Afdeling Online 20 medewerkers, zijn Sanne en Jaap nog steeds samen, nu mét zoontje Charlie, en is het bedrijf zeer succesvol. En ja, er zijn fouten gemaakt: ‘Een medewerker zette een nul te veel achter het online mediabudget van een klant. Maar hier leer je van.’

Een andere waarde van de millennials-generatie is het delen, en ook dit brengt Sanne met verve in praktijk: ‘Wij houden kennis niet angstvallig voor onszelf als verdienmodel, maar hebben juist een eigen opleiding en leerplatform waar onze klanten gratis kunnen leren over het vak. Kannibalisme van onze omzet? Nee. Wij geloven dat als je iets weggeeft, het een keer terugkomt. Of misschien niet, en dan is het ook goed.’

Leuk werk

Een derde typisch kenmerk van millennials is iets wat in veel traditionele bedrijven onvoldoende aandacht krijgt: het werk moet ook leuk zijn. ‘Millennials willen blij worden van hun werk. Zo simpel is het. Dus moet je als werkgever proberen om het werk zo leuk en interessant mogelijk te maken, aldus Sanne. ‘De intensieve betrokkenheid die Sanne bij haar personeel toont is echt super. Dit kom ik weinig tegen’, zegt Maurice Manders. Hij is een van de projectleiders van het project Blik op de Toekomst van VNO-NCW Brabant Zeeland. Voor dit project bezocht Manders de afgelopen tijd werkgevers in Helmond en de Peel met de vraag of ze, vanwege corona of om een andere reden, ondersteuning bij hun personeelsbeleid kunnen gebruiken. ‘Sanne’s verhaal sprong eruit. Haar stijl van leidinggeven is verfrissend en inspirerend. Ze is een jonge ondernemer die niet alleen kijkt naar het aantrekken van nieuw personeel, maar er ook alles aan doet om haar huidige medewerkers te behouden door ze aan het bedrijf te binden. Dit laatste wordt door werkgevers weleens vergeten. Ook merk ik dat veel werkgevers niet weten hoe millennials in de wereld staan. Dit zouden zij echt tot zich moeten nemen.’

Dienend leiderschap

Sanne noemt haar stijl van leidinggeven dienend leiderschap: ‘Ik las dit ergens en dacht: dit is precies wat wij proberen te doen. Ik wist niet dat hier een term voor was. Het betekent dat je als leidinggevende niet boven je medewerkers gaat staan maar juist eronder. Wat heeft mijn team nodig om hun werk goed te kunnen uitvoeren? Het belangrijkst om hierachter te komen is door goed te blijven luisteren. Daarom hebben wij elke zes weken een coachingsgesprek met elke medewerker: waar ben je mee bezig, wat vind je lastig, wat heb je nodig, welke certificaten ga je halen, heb je tips voor mij of het bedrijf? De medewerker voelt zich gehoord en gesteund, en ik krijg waardevolle inzichten in het welzijn van mijn bedrijf. We doen dit zo vaak omdat één beoordelingsgesprek per jaar volstrekt onvoldoende zou zijn, een eeuwigheid in ons vak. Maar ook in andere bedrijfstakken zou de frequentie van dit soort gesprekken een stuk omhoog kunnen. Je doet het niet alleen voor je werknemers, maar ook voor jezelf.’

Persoonlijke ontwikkeling

Om zichzelf te ontwikkelen krijgen de medewerkers van Afdeling Online alle ruimte om een opleiding te volgen. Daarnaast krijgen ze elk jaar een persoonlijk opleidingsbudget van duizend euro, dat ze vrij mogen besteden aan bijvoorbeeld boeken, webinars of congresbezoek. Ook krijgt iedereen elke maand twee uur extra uitbetaald om examens te halen buiten werktijd, zegt Sanne: ‘Als online marketeer moet je de skills van je vak bijhouden. Hiervoor moet je examens halen. Dit kun je niet in de drukte van het werk doen.’

Verrassingen

Toch zijn coachingsgesprekken en persoonlijke ontwikkelingsplannen niet genoeg om millennials aan je bedrijf te binden. Het moet, zoals gezegd, ook leuk zijn. Dit begint met de sfeer in het monumentale pand van Afdeling Online, dat huiselijk en kleurrijk is ingericht. Sanne: ‘Ik lees in managementboeken dat je je kantoor vooral niet moet inrichten als thuis. Dat is hier dus mislukt.’ Verder verzint Sanne met haar office manager leuke verrassingen voor haar team: ‘In groepjes van twee lunchen in de Helmondse kasteeltuinen met picknickmand. Met het hele team gaan shoppen in een modezaak, met een personal shopper voor iedereen. Samen onze eigen sneakers ontwerpen of met zijn allen tijdens corona op afstand dezelfde film kijken, met een opgestuurd zakje popcorn. Het kost echt niet veel tijd en geld om leuke dingen te organiseren. Wij werken natuurlijk in een vak waar je sowieso al creatief over dingen nadenkt. Maar ook in traditionele bedrijven zullen medewerkers het waarderen als je het regelmatig net iets anders dan anders doet.’

Probeer het eens

De vraag is: werkt het? Zorgt het binden van medewerkers ervoor dat zelfs millennials wat langer bij het bedrijf blijven? Sanne: ‘Het is in elk geval economisch een verstandige keuze, omdat werknemers behouden nog altijd goedkoper is dan nieuwe mensen werven. Maar het voorkomen dat mensen vertrekken is niet mijn hoofddoel. Het binden is in eerste instantie bedoeld om

mensen zich prettig te laten voelen, zodat ze betere prestaties kunnen leveren en zich beter kunnen ontwikkelen. Hierdoor raken ze automatisch enthousiast over hun werk en het bedrijf. Ons ziekteverzuim is niet voor niets heel laag. Maar jobhoppen zit nu eenmaal in de aard van millennials. Ook wij zagen een paar mensen vertrekken. Soms kom je er niet eens achter waarom. Dit is best frustrerend als je er alles aan doet om medewerkers te faciliteren en tevreden te stellen. Maar ook ik heb geleerd dat je als werkgever een dikke huid moet kweken. En het mag werkgevers er zeker niet van weerhouden om die extra stap voor hun personeel te zetten. Het principe van dienend leiderschap is hier heel geschikt voor, vooral als je het ook nog leuk maakt. Je blijft zelf de leider die de grote lijnen uitzet en mensen motiveert om het hogere doel te bereiken. Maar je doet het eerder samen met ze dan dat je ze opdrachten geeft. Zo maak je het werk ook voor jezelf veel leuker. Probeer het eens. Dienend leiderschap. Het kan echt in elk bedrijf.'

4. Midden-Brabant

‘Verbinding door informatie’

4.1 Over ondernemend Midden-Brabant

‘Na al mijn gesprekken met werkgevers en overheidspartijen in het kader van Blik op de Toekomst is één ding kristalhelder: informatie is essentieel om werkgevers en publieke organisaties met elkaar te verbinden. Pas als je elkaar kent kun je elkaar helpen. Ik was vooral benieuwd hoe goed werkgevers in Midden-Brabant bekend zijn met de publieke dienstverlening voor bedrijven op de arbeidsmarkt. De uitkomst laat niets te raden over: er liggen nog veel kansen op het gebied van informatie-uitwisseling die de samenwerking tussen bedrijven en publieke organisaties kunnen bevorderen.

Groeien

Voor Blik op de Toekomst heb ik uiteenlopende bedrijven in Midden-Brabant bezocht. Elk gesprek ging eerst over corona. Het terugkijken op de pandemie duurde meestal niet lang. De coronacrisis heeft slechts bij enkele van de bezochte bedrijven een negatieve invloed op de bedrijfsvoering of het personeelsbestand gehad. Meer zorgen hebben de ondernemers over hun huidige en toekomstige personeelsvraag: kunnen zij nog aan genoeg mensen komen om hun bedrijfsactiviteiten uit te voeren of zelfs te kunnen groeien?

> ‘Als het gaat over verkrijgen van meer naamsbekendheid, en bekendheid met de dienstverlening voor werkgevers, dan vervullen volgens mij de medewerkers van de deelnemende organisaties een belangrijke rol.’
>
> Hans Bax, projectleider Blik op de Toekomst in Midden-Brabant

Nog onbekend

De belangrijkste opmerkingen van de werkgevers over arbeidszaken en eventuele concrete vacatures deelde ik, met hun toestemming, maandelijks met het WerkgeversServicepunt (WSP) Midden-Brabant. Het WSP Midden-Brabant is een samenwerking van gemeenten, UWV, SW-bedrijven en het Leerwerkloket in de arbeidsmarktregio Midden-Brabant. Het WSP wil één aanspreekpunt voor werkgevers zijn om hen te helpen om hun personeelsvraag in te vullen, onder andere door mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Probleem is alleen, zo bleek tijdens de gesprekken, dat ondernemers de naam en mogelijkheden van WSP Midden-Brabant nog niet altijd kennen. Ook wist men vaak niet welke organisaties erbij betrokken zijn. Ondernemers hebben moeite met het overzien van het speelveld en zien soms door de bomen het bos niet meer.

Contact over vacatures

In dit project hebben we speciale aandacht besteed aan bedrijven die nog niet samenwerken met publieke organisaties. Ongeveer de helft van de ondernemers wilde na mijn gesprek graag contact met het WSP. Sommigen hadden concrete vacatures voor de WSP-doelgroep.

Als het gaat over verkrijgen van meer naamsbekendheid en bekendheid met de dienstverlening voor werkgevers, dan vervullen volgens mij de medewerkers van de deelnemende organisaties een belangrijke rol. Zij zouden tijdens hun contacten met ondernemers naast de mogelijkheden van hun eigen organisatie ook de mogelijkheden van het WSP kunnen toelichten.

Bereidheid

Een belangrijke vraag was of ondernemers überhaupt bereid zijn om sociaal te ondernemen en mensen die een extra steuntje nodig hebben een kans te geven. Die bereidheid is er zeker, zo hoorde ik tijdens de gesprekken. Maar vaak weten werkgevers niet hoe ze ermee moeten beginnen. Deels vanwege de onbekendheid met de doelgroep, maar ook uit vrees voor de regelgeving en de benodigde inzet om deze mensen te begeleiden. Hoewel ik door Blik op de Toekomst een aantal concrete vacatures heb opgehaald voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt, hebben ook de werkgevers duidelijk nog wat hulp hierbij nodig.

‘Er zijn nog zoveel kansen!’

‘Dit project heeft veel bijgedragen aan de verbinding met het bedrijfsleven in de regio. We werkten op beleidsmatig niveau al samen met VNO-NCW Brabant Zeeland, maar op casusniveau was die samenwerking met het WSP er nog niet. Dit hebben we als zeer prettig ervaren. De lijntjes tussen de projectleider van Blik op de Toekomst en de WSP-adviseurs waren kort en we konden snel schakelen. Het gaf ons ook een hele goede spiegel om onze dienstverlening te zien vanaf een andere kant. Het heeft ons ook veel geleerd over mogelijke verbeteringen daarin. Daarnaast heeft de samenwerking ook het afgelopen jaar al tot hele concrete successen geleid. Zo hebben er bij een onderneming kandidaten meegelopen en hebben bedrijven door dit project echt stappen gezet in een inclusief personeelsbeleid. Vacatures bij bedrijven zijn concreet gemaakt en regionaal uitgezet. Ook hebben enkele werksessies tussen bedrijven en publieke organisaties plaatsgevonden met praktische verbindingen tot gevolg. Het was ook echt leuk om te doen, zoveel bedrijven die openstaan voor onze doelgroep. Er zijn nog zoveel kansen!’

Saskia de Kort
Manager WSP Midden-Brabant

4.2 Kansen en uitdagingen op de arbeidsmarkt

In dit hoofdstuk delen wij de opbrengsten van onze gesprekken met 50 ondernemers uit de regio Midden-Brabant. Wat zeggen zij over thema's als innovatie, inclusiviteit, onderwijs en regionale samenwerking?

Innovatie en bedrijfsvoering

In de eerste fase van corona hadden enkele bedrijven een vacaturestop. Voor een aantal ondernemers was dit mede aanleiding om de totale interne kosten eens onder de loep te nemen. Zij namen vaak kostenbesparende maatregelen, zoals efficiënter werken, betere automatisering, meer online doen en minder reizen. Sommige bedrijven gooien het roer zelfs helemaal om. Zo gaat een van de bezochte ondernemers structureel minder mensen aannemen en meer automatiseren. Een ander bedrijf zet vol in op duurzaam ondernemen, waaronder het gebruik van zonnepanelen, koolwaterstof en meer inclusiviteit in het personeelsbeleid. Ook hebben meerdere ondernemers hun bedrijfsactiviteiten en -diensten vernieuwd of uitgebreid en hun interne organisatie hierop aangepast.

Wet- en regelgeving

Veel werkgevers hebben nieuw beleid gemaakt voor werken thuis en op het bedrijf. Hierdoor is ook meer bewustzijn ontstaan over het belang van het welzijn van werknemers en goede arbeidsomstandigheden in het bedrijf en thuis. Steeds meer ondernemers maken het thuiswerken tot een permanent onderdeel van de werktijdenregeling: bijvoorbeeld drie dagen thuiswerken en twee dagen op kantoor. Werknemers zijn hiertoe niet verplicht, maar kunnen er wel van gebruikmaken. Nu er echter zoveel mensen thuiswerken, zoeken werkgevers naar manieren om de sociale samenhang in hun bedrijf te behouden.

> 'Ondernemers zouden gebaat zijn bij meer coördinatie in de verschillende projecten en diensten waarvan zij gebruik kunnen maken.'
>
> Hans Bax, projectleider Blik op de Toekomst in Midden-Brabant

Sommige ondernemers zijn ontevreden over het aanbestedingsbeleid van hun gemeente. Zij vinden dat de gemeente meer lokale bedrijven moet betrekken bij de projecten die door de gemeente worden aanbesteed. Zo kunnen de lokale bedrijven meer inwoners die een baan nodig hebben een kans bieden. Voor wat hoort wat, vinden de ondernemers.

> 'De personeelsvraag zou direct moeten worden gekoppeld aan alle bestanden met werkzoekenden bij alle arbeidsmarktpartners.'
>
> Gerrie van Bree van Poppel, HR-adviseur SOL Nederland

Sociaal ondernemerschap

Werkgevers tonen grote bereidheid om mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt aan te nemen. Een groot aantal van hen zou meer voorlichting willen van het WSP over de mogelijkheden om deze mensen in hun bedrijf een kans te geven. Een genoemde belemmering is dat bij sommige ondernemingen het HR-beleid centraal door het moederbedrijf word bepaald, waardoor regionale afspraken niet kunnen worden gemaakt.

Projecten om mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt aan een baan te helpen zijn erg versnipperd. Ondernemers geven aan dat zij dit onoverzichtelijk vinden en dat ze gebaat zouden zijn bij een meer gecoördineerde aanpak. Daarnaast willen werkgevers graag afspraken maken over dienstverlening en ondersteuning op bedrijfsniveau. De regelgeving op het gebied van personeel en arbeid biedt weinig ruimte voor maatwerk, zeggen de werkgevers.

‘Zodra wij weer personeel aan kunnen nemen, gaan we inzetten op meer diversiteit en een inclusieve organisatie.’

Miranda Simons, HR manager Poppodium 013

Onderwijs en educatie

Vrijwel alle bezochte ondernemers vinden dat het onderwijs beter zou kunnen aansluiten op de dagelijkse praktijk van de bedrijven. Dit geldt voor het curriculum en de apparatuur in het klaslokaal, maar ook voor de docenten die volgens ondernemers soms een grote afstand tot de werkvloer van bedrijven hebben. Ook zouden de werkgevers graag zien dat opleidingen meer aandacht besteden aan praktische vaardigheden dan aan de theorie. De samenwerking tussen mbo/hbo-scholen en bedrijven zou volgens de ondernemers een stuk beter gaan als er sprake was van één contactpersoon per school, en niet verschillende personen zoals nu vaak bij stagiairs het geval is.

‘De mogelijkheid om personen met een afstand tot de arbeidsmarkt een kans te bieden binnen het bedrijf vind ik, naast het duurzaam ondernemen, ook een maatschappelijke taak.’

Frans Dilven, directeur MegaCollections

Publiek-private samenwerking

Een meerderheid van de werkgevers die we hebben gesproken kent het WerkgeversServicepunt (WSP) Midden-Brabant niet of nauwelijks. Dit is misschien wel het grootste gemis in de regio. Soms kent men wel individuele SW-bedrijven, maar die zien zij niet als partner van het WSP, terwijl ze dit wel zijn. Vooral bedrijven in de bouw, groensector en logistiek geven duidelijk aan intensiever te willen samenwerken met de gemeente en het WSP om mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt een baan of een interne BBL-opleiding te geven. Hier liggen kansen.

‘Gezien de situatie op de arbeidsmarkt in de boomkwekerij zou ik graag met andere bedrijven uit de sector een project opzetten om zij-instromers op te leiden en te interesseren voor dit mooie vak.’

Martin Houben, Boomkwekerij Udenhout

Naast één contactpersoon in een onderwijsinstelling wil een aantal ondernemers ook graag één vast aanspreekpunt voor sociaal ondernemen. Ondernemers vinden het een gemiste kans dat een personeelsvraag van een bedrijf niet direct wordt gematcht met alle bestanden van alle publieke organisaties.

8 juni 2021

‘Personeel en mvo? Denk eens aan het WSP’

Suzan Dorgelo, Willy Naessens Nederland

4.3 Ondernemers aan het woord

Wil je als werkgever mvo doorvoeren in je personeelsbeleid, maar weet je niet hoe je het moet aanpakken? Denk dan eens aan het WSP. Deze tip geeft Suzan Dorgelo van industriebouwer Willy Naessens. Samen met WSP Midden-Brabant creëert zij een kantoorfunctie voor iemand met een afstand tot de arbeidsmarkt.’

Een paar jaar geleden zijn ze ingevoerd: 35 werkgeversservicepunten (WSP) in de 35 arbeidsmarktregio’s die Nederland telt. In een WSP werken UWV, gemeenten en diverse regionale en lokale SW-bedrijven als één loket samen om werkgevers te adviseren en ondersteunen bij het aannemen van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. De dienstverlening is gratis. Toch weten maar weinig werkgevers de weg naar het regionale WSP te vinden. Ze weten simpelweg niet dat het bestaat. En dit moet snel veranderen, vindt marketing-manager en (deels) P&O-functionaris Suzan Dorgelo: ‘Want hoe fijn is het voor een bedrijf zonder grote personeelsafdeling dat een onafhankelijke expert belangeloos naar je personele mvo-vraagstukken kijkt?’

Nieuwe functie

Willy Naessens is een grote, van origine Belgische bouwer van bedrijfshuisvesting met bijna 2000 werknemers. De Nederlandse vestiging in Nieuwkuijk, waar Dorgelo werkt, is met 50 medewerkers een stuk kleiner. De P&O-taken zijn over meerdere personen verdeeld. 'Wij zijn een familiebedrijf met een groot sociaal hart en hechten veel waarde aan een goede werksfeer en kansen voor iedereen', aldus Dorgelo. 'Het idee kwam in ons op om een nieuwe kantoorfunctie te creëren waarin diverse dagelijkse taken konden worden geclusterd. We zouden deze vacature kunnen uitzetten op een vacaturebank. Maar we kunnen ook kijken of we iemand met een afstand tot de arbeidsmarkt bij onze organisatie kunnen betrekken, zodat we die persoon een mooi toekomstperspectief kunnen bieden en wij een goede medewerker krijgen. Een win-win. De vraag bleef echter liggen. We wisten niet precies waar we terecht konden en hadden nog geen tijd gevonden om dit zelf uit te zoeken. En toen belde Hans.'

Groter bereik

Hans is Hans Bax. Hij is een van de projectleiders van het project Blik op de Toekomst van VNO-NCW Brabant Zeeland. Bax: 'Voor dit project benader ik werkgevers in Midden-Brabant met de vraag of wij ze, vanwege corona of om een andere reden, in hun personeelsbeleid kunnen ondersteunen. Zo kwam ik ook bij Suzan en haar vraag terecht. Zelf heb ik in diverse functies veel ervaring opgedaan met mensen en organisaties voor sociale werkvoorziening. Ik heb ook een goede band met WSP Midden-Brabant. Maar de meeste werkgevers kennen, zoals Suzan, het WSP niet. Dit blijkt uit de vele gesprekken die ik heb gevoerd. Ze kennen natuurlijk wel het UWV en de gemeente, en vaak ook het lokale SW-bedrijf zoals de Diamantgroep of Baanbrekers. Maar zij weten niet dat er één overkoepelde organisatie is, waarin al die partijen samenwerken, die samen een veel groter bereik hebben dan de organisaties op zichzelf.
Voor Suzan betekent dit dat de doelgroep van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt via het WSP veel groter is dan het bestand van de afzonderlijke SW-organisatie. Hiermee is dus ook de kans dat zij de juiste kandidaat voor haar bedrijf vindt via het WSP veel groter.'

Uitkomst

Meteen na de kennismaking legde Bax het contact tussen Dorgelo en WSP Midden-Brabant. 'Ik kon daar direct mijn vraag kwijt', aldus Dorgelo. 'Via de WSP-coördinator kwam ik bij een specialist van het UWV terecht. Deze besprak het traject en de mogelijkheden binnen ons bedrijf en gaf de eerste aanzet voor het profiel. Nu gaan we de volgende fase in. Een analyst gaat ons helpen om de taken van betrokken medewerkers beter te definiëren, om zodoende een passend profiel voor de nieuwe functie op te kunnen stellen. Vooral dit vind ik erg tof. Vanuit het WSP wordt dus iemand naar voren geschoven die met een onafhankelijke blik algemene taken in ons bedrijf, die wij voor deze functie voor ogen hebben, weet te clusteren op een manier die bij mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt past. Vervolgens wordt gekeken welke kwaliteiten deze persoon moet hebben om die verschillende taken uit te kunnen voeren. Dit word je aangeboden! En dit verloopt dus allemaal via één loket, één aanspreekpunt. Je hoeft niet meer zelf alles uit te zoeken en de juiste instanties te vinden.'

Breed pakket

'Wat werkgevers vooral moeten weten is dat zij bij hun regionale WSP dezelfde professionaliteit en specialisten krijgen die ze normaal ook bij de afzonderlijke arbeidsmarktpartners vinden. Maar nu dus via één ingang', aldus Bax. 'Het WSP is natuurlijk geen gratis adviesbureau dat jouw totale personeelsbeleid doorlicht. Maar het is wel, zoals de naam zegt, een werkgeversservicepunt. Het is echt bedoeld om werkgevers te adviseren. Daarnaast bieden ze toegang tot gratis tools. Bijvoorbeeld de Harrie Helpt-training, waarin leidinggevenden en voormannen leren omgaan met mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Ook kan het WSP ondersteunen en adviseren bij onder andere (om)scholing, transities en jobcoaching. En er zijn subsidiemogelijkheden. Een breed pakket dus, dat klaarligt om door werkgevers te worden gebruikt.'

Webinar

Om werkgevers bekend te maken met het WSP organiseerde Hans Bax namens VNO-NCW Brabant Zeeland en samen met het OndernemersAkkoord en WSP Midden-Brabant op 23 april een webinar voor leden van VNO-NCW. Online werd het dienstenpakket van WSP Midden-Brabant toegelicht aan de deelnemende werkgevers. Volgens Bax opent die kennis letterlijk deuren voor werkgevers en werknemers: ‘Veel bedrijven hebben moeite om nieuwe werknemers te vinden. Ik raad werkgevers en P&O’ers van harte aan om eens wat meer te kijken naar die grote groep mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Daar zitten voor bepaalde functies goede potentiële werknemers tussen.’ ‘Maak er gebruik van’, zegt ook Suzan Dorgelo. ‘Heb je een vraagstuk over jouw personeelsbeleid en mvo en weet je niet hoe je het moet aanpakken? Leg die vraag dan neer bij het WSP. Zij bieden je handvatten om die vraag uit te diepen en er werkelijk iets mee te doen. Denk dus gewoon eens aan het WSP. Dat is echt een goed begin.’

15 juni 2021

‘Mensen met een afstand brengen meer diversiteit in je bedrijf’

BasWijbenga,directeurBrouwersGroen

Diversiteit maakt een bedrijf sterker, net zoals biodiversiteit de natuur sterker maakt. Dit zegt directeur Bas Wijbenga van Brouwers Groen uit De Moer. Hij kan het weten. Zo’n 13% van zijn personeelsbestand bestaat uit mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Veel meer bedrijven zouden dit potentieel kunnen benutten. Maar dan moeten ze er wel om vragen.

Brouwers Groen is specialist in aanleg en onderhoud van groenvoorzieningen voor overheden, instellingen, bedrijven en particulieren. Het is een van de groenbedrijven van moedermaatschappij Vebego, inmiddels een internationaal concern in facilitaire dienstverlening, waaronder schoonmaakbedrijf Hago, maar nog steeds een familiebedrijf met Limburgse roots. Al van oudsher heeft Vebego een sociale missie. Het bedrijf wil ‘goed doen’. Het wil medewerkers hun werk als betekenisvol laten ervaren en wil iedereen een werkplek bieden, ongeacht opleidingsniveau, maatschappelijke positie, persoonlijke uitdagingen en kwaliteiten. Ook Brouwers Groen is hiermee een werkgever waar mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt een werkplek kunnen vinden. Nu een kleine 20 op een totaal personeelsbestand van 130 werknemers. En dit aandeel zou zelfs hoger mogen zijn, als het aan het bedrijf ligt. Wat ziet Brouwers wat veel andere werkgevers niet zien?

Een goed gevoel

‘Wij geloven intrinsiek in een diverse organisatie en een inclusieve samenleving. Dit zit in het dna van ons bedrijf’, zegt Brouwers’ directeur Bas Wijbenga. ‘Het kwam ooit voort uit een personeelstekort bij Hago. Het bedrijf moest steeds meer mensen uit het buitenland halen. Hago-oprichter Ton Goedmakers ging in gesprek met een Brabantse SW-organisatie. Konden wij iets met hun mensen doen? Ton had er een goed gevoel bij. Hij vond het belangrijk dat zijn bedrijf de verantwoordelijkheid nam om mensen, die aan de kant staan, in onze dienstverlening te integreren. Het is ondertussen de kracht van ons bedrijf geworden. Een team van mensen met verschillende kwaliteiten en achtergronden die elkaar aanvullen. Zo’n divers team komt tot betere beslissingen. Het brengt andere inzichten en een andere sfeer in je bedrijf. En ook als leidinggevende leer je ervan. Dingen afwegen, relativeren. Wij zijn niet per se op zoek naar mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Ze zijn gewoon onderdeel van de totale vijver waarin je vist. Voor ons is dit normaal.’

Dreigend tekort

Hoewel Brouwers Groen al jaren mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt een werkplek geeft, kampt de groensector voortdurend met een dreigend personeelstekort. Wijbenga: 'Te weinig mensen kiezen voor een groen-opleiding of een carrière in het groen. Jammer, want ons vak is zoveel meer dan schoffelen in de regen. We hebben gespecialiseerde hoveniers, mensen die goed zijn op bepaalde machines, medewerkers die alles weten van ecologie en biodiversiteit, allerlei studiemogelijkheden. We durven zelfs een baan-garantie te geven aan jongeren die een groenopleiding willen doen. Iedereen kan een mooie plek bij ons of een ander groenbedrijf vinden, maar toch loopt de aanwas terug.' Volgens Wijbenga kan het tij worden gekeerd als groen-bedrijven samen hun personeelsbehoefte in hun regio op tafel leggen. Vraag is alleen: bij wie? 'Wij spreken zelf met het UWV, Baanbrekers, Diamantgroep, praktijkonderwijs. Ook zijn er allerlei initiatieven op allerlei niveaus. Maar het is gefragmenteerd. Wij hebben één overkoepelde regionale partij nodig bij wie wij onze collectieve personeelsvraag in één keer kunnen neerleggen.'

WSP Midden-Brabant

Het WSP (WerkgeversServicePunt) Midden-Brabant zou die partij kunnen zijn, zegt Hans Bax. Hij is een van de projectleiders van het project Blik op de Toekomst van VNO-NCW Brabant Zeeland. De afgelopen maanden benaderde hij werkgevers in Midden-Brabant met de vraag of ze, vanwege corona of een andere reden, ondersteuning in hun personeelsbeleid kunnen gebruiken. 'Alle 35 arbeidsmarktregio's in Nederland hebben een WSP. Hierin werken UWV, gemeenten en regionale SW-bedrijven als één loket samen om werkgevers te adviseren en ondersteunen bij onder andere het aannemen van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. De dienstverlening is gratis en is juist bedoeld om werkgevers te ontzorgen. Tijdens mijn gesprekken met werkgevers merk ik echter dat 90% het WSP helemaal niet kent. Bovendien ligt bij het WSP Midden-Brabant de focus erg op logistiek. Begrijpelijk, vanwege het belang van die sector in deze regio. Maar veel mensen die bij logistieke bedrijven kunnen werken, zijn ook geschikt voor het werken in de groensector. Toch gaan ze daar niet naartoe. Dit moet veranderen. Bas en zijn collega-werkgevers doen er goed aan om hun collectieve personeelsbehoefte stevig onderbouwd neer te leggen bij het WSP. Dan wordt dit zeker opgepikt.'

Is er een grens?

Als er een structurele samenwerking komt tussen de groenbedrijven in Midden-Brabant en het WSP verwacht Wijbenga dat hij alleen al bij Brouwers Groen elk jaar 10 tot 15 nieuwe medewerkers een mooie werkplek kan bieden: 'Dit kunnen mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt zijn, maar ook jongeren uit het praktijkonderwijs. Want juist bij jongeren wil je voorkomen dat ze in de kaartenbakken terechtkomen. Wij leiden deze mensen op en begeleiden ze, zodat de uitstroom van mensen die het niet redden wordt verkleind.' Nu bestaat Wijbenga's personeelsbestand voor 13% uit mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Als dit aandeel groter wordt, is het dan nog te managen? Zit er een grens aan? 'Voorlopig niet. Het hangt wel af van de activiteiten die we doen. Het reguliere onderhoudswerk, zoals gemeentelijke bestekken, past prima bij deze mensen. Maar ook specialistisch werk, zoals het bedienen van machines, kan met een goede training en begeleiding uitstekend door hen worden gedaan. Uiteindelijk heb je diversiteit nodig: een goede mix van mensen met verschillende kwaliteiten. Dan maakt hun achtergrond niet meer uit.'

Maakt je sterker

Wijbenga heeft inmiddels veel ervaring in het werken met mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Wat raadt hij andere werkgevers aan? 'Begin er in elk geval niet mee om maar aan een bepaald quotum of een social return-verplichting te voldoen. Die motivatie houd je niet lang vol en is niet in het belang van je bedrijf en werknemers. Doe het omdat je het echt wilt. Omdat jij intrinsiek vindt dat jouw bedrijf iedereen een betekenisvolle werkplek moet kunnen bieden. En omdat jij vindt dat diversiteit jouw organisatie en jouw beslissingsprocessen verrijkt. Denk er vooral ook niet te veel over na. Mensen met een afstand zijn gewoon medewerkers die je net als andere medewerkers moet begeleiden en moet inzetten op plekken waar zij het best tot hun recht komen. En die plekken zijn er niet alleen in het groen. Bij vrijwel alle bedrijven kunnen mensen die even aan de kant stonden weer tot volle bloei komen. Benut dit potentieel. Het vervult niet alleen een deel van je personeels-behoefte, het maakt jou en jouw bedrijf ook gewoon sterker.'

5. Kansen voor publiek-private samenwerking

In de arbeidsmarktregio's Zuidoost-Brabant, Helmond-De Peel en Midden-Brabant haalden we het afgelopen jaar bij 150 bedrijven concrete input op over hun belangrijkste personele vraagstukken. Met deze input willen we bijdragen aan het versterken van de regionale publiek-private samenwerking. In dit hoofdstuk beschrijven we de belangrijkste uitdagingen die we hebben opgehaald én de kansen die publiek-private samenwerking kan bieden om hier structureel aan bij te dragen.

5.1 Belangrijkste uitdagingen van ondernemers

Vinden nieuwe medewerkers

Het vinden van geschikte nieuwe werknemers is veruit dé grootste uitdaging voor werkgevers om hun bedrijf gezond te houden en te laten groeien. Toen we in oktober 2020 startten met dit project, verwachtten we bij werkgevers zowel personeelstekorten als overschotten aan te treffen. Niets was minder waar.

We zien dat de krappe arbeidsmarkt ervoor zorgt dat werkgevers meer open staan voor nieuwe manieren om aan nieuw personeel te komen. Genoemde voorbeelden zijn taalopleidingen, bij- en omscholingstrajecten, opleidingen voor zij-instromers en zelfs het ontwikkelen van eigen opleidingen in plaats van het reguliere vakopleidingenaanbod. Veel ondernemers staan ook open voor sociaal werkgeverschap: het aannemen van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Ze weten vaak echter niet hoe ze dat moeten aanpakken. Een genoemde oplossingsrichting is het inhuren van arbeidsmigranten om de werkzaamheden te verrichten. Alleen zijn de basisvoorzieningen zoals huisvesting voor deze buitenlandse medewerkers nog niet op peil.

Omgaan met vergrijzing

Het gebrek aan nieuwe medewerkers maakt ook het inzetbaar houden van oudere werknemers tot een belangrijke opgave. Vooral maakbedrijven kampen met een vergrijzend personeelsbestand. Het gaat bij inzetbaarheid niet alleen om fysieke gesteldheid, maar ook om het actualiseren van hun kennis en kunde door om- en bijscholing. Dit is volgens verschillende werkgevers niet eenvoudig. Sommige oudere werknemers zijn namelijk niet toegerust of gemotiveerd om zich te laten bijscholen of kunnen niet omgaan met veranderingen. Dit levert werkgevers de nodige uitdagingen op.

Moderniseren HR-beleid

Een ander gevolg van de personeelstekorten dat we constateerden, is dat veel ondernemers werken aan het efficiënter maken van hun bedrijfsprocessen door automatisering, digitalisering en robotisering. Hierdoor hebben zij minder personeel nodig. Door de coronacrisis zijn bedrijven ook versneld aan de slag gegaan met HR-thema's als thuiswerken, het behouden van teamgevoel en het ontwikkelen van digitale vaardigheden door medewerkers. Ondernemers omarmen het werken op afstand als nieuw onderdeel van de bedrijfsvoering en passen de standaard werkprocessen in hun bedrijf hierop aan. Werkgevers verbeteren ook hun branding om een aantrekkelijker imago voor jongeren en werkzoekenden te creëren

Jongeren opleiden én binden

Over de aanwas van studenten uit het onderwijs zijn werkgevers bezorgd. De stijging van het aantal studenten is in bepaalde sectoren ontoereikend om aan de grote vacaturevraag te voldoen. Daarnaast sluiten opleidingen op bepaalde elementen soms niet aan bij de beroepspraktijk. Dit maakt een goede overgang van onderwijs naar bedrijfsleven lastig en vraagt dikwijls om extra scholing of begeleiding op de werkvloer. Meerdere werkgevers creëren 'kweekvijvers' binnen hun bedrijf waarin zij bestaande medewerkers opleiden voor andere vaardigheden of functies. Sommige ondernemers nemen initiatieven om jongeren aan hun bedrijf te binden en ontwikkelen zelfs eigen opleidingen om deze jongeren praktisch op te leiden. Dit zijn in feite moderne versies van de oude bedrijfsscholen.

5.2 Kansen voor samenwerking op de regionale arbeidsmarkt

Ondernemers hebben aangegeven hoe de samenwerking met publieke organisaties zou kunnen bijdragen aan het aanpakken, of zelfs oplossen, van bovengenoemde uitdagingen. Welke kansen zien ondernemers voor publiek-private samenwerking op de regionale arbeidsmarkt?

Bekendheid met dienstverlening

Veruit het meest genoemd door ondernemers is de (on)bekendheid met de publieke dienstverlening op het gebied van de genoemde uitdagingen. In dit project hebben we speciale aandacht besteed aan bedrijven die nog niet samenwerken met publieke organisaties. Deze bedrijven weten simpelweg niet welke hulp er voor hen beschikbaar is, bijvoorbeeld bij het aannemen van een werkzoekende of scholing. Ondernemers kunnen het speelveld van organisaties en diensten niet overzien. Zij waren blij verrast door het (gratis) dienstverleningsaanbod wanneer wij hen in onze gesprekken hierop attendeerden! Hierbij maken bedrijven de kanttekening dat bepaalde organisaties, die bedrijven ook sanctionerende maatregelen op kunnen leggen, niet worden gezien als 'samenwerkingspartner' van het bedrijfsleven. Er liggen dus grote kansen voor het vergroten van de 'werkgeverspool' door de profilering en bekendheid van het dienstverleningsaanbod te verbeteren.

Samenwerken moet renderen

Als we verder inzoomen op de personeelstekorten, dan is een veelgenoemd punt dat de samenwerking met publieke organisaties moet renderen. Werkgevers hebben de indruk dat de vacatures die zij hebben niet kunnen worden ingevuld door de kandidaten bij de publieke organisaties. In het verlengde daarvan vragen ondernemers zich af of contact met UWV, WSP, SW-bedrijf of gemeente het gewenste resultaat oplevert: het invullen van een vacature.

De grote mismatch tussen de openstaande vacatures en het aanbod werkzoekenden is hierbij volgens werkgevers een zwaarwegende factor. Ondernemers begrijpen niet hoe er, gezien het grote aantal vacatures, nog steeds mensen zijn die een baan zoeken en geen werk kunnen vinden. Ook de snelheid van de dienstverlening speelt een belangrijke rol in hoe werkgevers de kwalitatieve samenwerking met publieke organisaties ervaren. Zij denken dat, wanneer bedrijven zelf meer inzicht zouden hebben in de kandidaatprofielen, dit een kans biedt om het aantal plaatsingen van werkzoekenden te verhogen. Het koppelen van alle werkzoekendenbestanden tot één database is hierbij een must. Maar de belangrijkste kans zit in het verwachtingsmanagement: laat zien wat samenwerking voor de bedrijven kan opleveren.

Flexibele hulp bij sociaal werkgeverschap

Op het gebied van sociaal ondernemen geven werkgevers aan meer ondersteuning nodig te hebben bij het aannemen van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Zij vragen onder andere om hulp bij de begeleiding op de werkvloer, bij administratieve verplichtingen en bij het 'anders kijken naar werk', zoals het maken van nieuwe functieprofielen en taken voor deze werknemers. In de huidige dienstverlening missen werkgevers nog een stukje flexibiliteit. Wanneer er meer mogelijkheden zijn om vanuit het publieke dienstverleningsaanbod afspraken te maken op bedrijfsniveau, bijvoorbeeld over scholing en begeleiding van een werkzoekende op de werkvloer, biedt dit kansen voor het verbeteren van de regionale samenwerking.

Eén aanspreekpunt

Zorg voor coördinatie tussen publieke organisaties! Ondernemers willen graag één aanspreekpunt voor alle overheidsinstanties die zich op de arbeidsmarkt begeven. Er zijn ontzettend veel projecten en initiatieven die op de arbeidsmarkt zijn gericht. De paradox is dat het er zelfs zóveel zijn dat ondernemers, die zich erin verdiepen, aangeven door de bomen het bos niet meer te zien. Om vaker en beter gebruik te kunnen maken van de dienstverlening van de publieke organisaties willen werkgevers dat het complete dienstverleningsaanbod van alle instanties overzichtelijker wordt via één voordeur. Hier kan men dan terecht voor alle vragen rondom werving, inclusiviteit, (om)scholing en vitaliteit. Dit zal volgens de ondernemers bijdragen aan de bekendheid van de bestaande dienstverlening en zal dus de regionale publiek-private samenwerking verbeteren.

Initiatieven samen met onderwijs

Werkgevers willen, gezien de grote sectorale tekorten, de aanwas van goed opgeleide jongeren graag vergroten. Samenwerking met het onderwijs is hierin een belangrijke randvoorwaarde. Op dit moment zijn werkgevers nog niet altijd tevreden met het kwantitatieve aantal studenten dat uitstroomt richting hun sector of de mate waarin zij beschikken over de laatste kennis uit de bedrijfspraktijk. Werkgevers starten daarom met eigen initiatieven zoals kweekvijvers en bedrijfsopleidingen. Bij deze ontwikkelingen zijn de regionale (vak)opleidingen nog niet altijd betrokken. Een belangrijke reden hiervoor is dat het contact tussen het bedrijf en de onderwijsinstelling ontbreekt. Dit is volgens bedrijven een gemiste kans. Een concrete oplossingsrichting is het aanwijzen van één contactpersoon voor werkgevers binnen een onderwijs-instelling, met wie zij contact kunnen onderhouden én die proactief met het regionaal bedrijfsleven in gesprek kan. Zo kunnen we concreet en regionaal aan de slag met de vaak besproken aansluiting tussen onderwijs en bedrijfs-leven.

5.3 Conclusie: samen werken aan ‘samenwerken’

Het doel van het project Blik op de Toekomst was om de personele effecten van de coronacrisis in beeld te brengen en ondernemers in contact te brengen met publieke organisaties in de regio. Op deze manier wilden we de regionale publiek-private samenwerking versterken.

Het afgelopen jaar hebben drie projectleiders in de regio Zuidoost-Brabant, Helmond-De Peel en Midden-Brabant zich hiervoor ingezet. Zij begaven zich één jaar lang op het snijvlak tussen publieke en private organisaties. In totaal hadden zij contact met 150 bedrijven en de grootste regionale publieke partijen die zich begeven op de arbeidsmarkt zoals UWV, WSP, SW-bedrijven, onderwijs en gemeenten.

Dit leverde een nieuwe, intensieve, samenwerking op. Samen met de regionale arbeidsmarktpartners bepaalden we welke ondernemers zouden worden bezocht. Hierbij ging in de selectie extra aandacht uit naar bedrijven die nog niet samenwerken met publieke organisaties in de regio. We brachten de belangrijkste arbeidsmarktuitdagingen van bedrijven voor nu en de toekomst in beeld, ook juist bij die bedrijven die nog niet samenwerken met publieke organisaties in hun regio. De vragen en ideeën die we bij deze bedrijven ophaalden deelden we met de regionale arbeidsmarktpartners. Er werd op verzoek van bedrijven soms zelfs op casusniveau over vacatures en personeelskwesties gesproken. Door contacten te leggen konden we werkgevers direct helpen met hun (vacature)vraag. Hierbij haalden we vele suggesties op voor het structureel versterken van de publiek-private samen-werking. Want daar liggen volgens ondernemers kansen.

Met het project Blik op de Toekomst hebben we de personele effecten van de coronacrisis in beeld gebracht én ondernemers in contact kunnen brengen met publieke organisaties in de regio. Dit project gaf ons inzicht in de personele uitdagingen van ondernemers in deze tijd en hoe publiek-private samenwerking kan bijdragen om een oplossing te vinden. De opbrengsten, samengevat in deze inspiratiebundel, laten zien dat ondernemers en arbeidsmarktpartners elkaar op allerlei manieren nodig hebben. Het is niet de vraag óf publiek-private samenwerking bijdraagt aan het beter functioneren van onze regionale arbeidsmarkt, maar eerder hoe de samenwerking moet worden ingericht om het beste resultaat te bereiken. Deze constatering betekent dat we als bedrijfsleven en publieke organisaties geregeld stil moeten staan bij het begrijpen van elkaars wensen en mogelijkheden. En dit laatste, daar valt nog winst te behalen.

In de dialoog die we met elkaar (gaan) voeren willen we de opbrengsten van Blik op de Toekomst, samengevat in deze bundel, als inspiratie laten dienen. Met de ambitie: samen werken aan ‘samenwerken’ op onze regionale arbeidsmarkt.

Colofon
Fotografie: Joris Buijs
Projectleider: Anne Deelen
Redactie: Paul Welling
Vormgeving: Staet van Creatie, Tilburg
©VNO-NCW Brabant Zeeland | Perspectief op Werk | Blik op de Toekomst

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar worden gemaakt door middel van print of digitale technieken of op welke wijze dan ook, zonder schriftelijke toestemming van de rechthebbenden. U kunt zich hiervoor wenden tot VNO-NCW Brabant Zeeland.

VNO NCW BRABANT ZEELAND