

ABU-directeur Aart van der Gaag
wil weten wat afnemers willen

Groot onderzoek naar behoefte flexwerk

De uitzendbranche wil haar positie op de flexmarkt verstevigen. Vooral door tegemoet te komen aan de behoefte bij inleners. Onderzoek moet aantonen welke wensen bedrijven hebben. TNO Kwaliteit van Leven voert de enquête uit in opdracht van de Algemene Bond Uitzendondernemingen.

De uitzendbranche is de barometer van de conjunctuur. Vlak voor de economie aantrekt, maken uitzendbureaus overuren. Eerst vraagt de sector techniek meer uitzendkrachten. Daarna volgen industrie en dienstverlening. Tenminste, zo ging dat tot drie jaar geleden. De economie trok toen aan, maar de industrie liet niet van zich horen.

Tijdens een creatieve sessie met vertegenwoordigers van grote bedrijven, uitzendorganisaties en onderzoekers sprak Van der Gaag erover met Anneke Goudswaard van TNO Kwaliteit van Leven. Het draaide niet om de vraag of de conjunctuur wel zo bestendig was, maar om de vraag wat er gebeurde binnen de grote afnemers van uitzendwerk. Waren de behoeftes ineens anders dan tien jaar geleden? En als dat zo was, wat betekende dat voor de toekomst?

TNO Kwaliteit van Leven kreeg van de ABU de opdracht om de antwoorden op die vragen te

vinden. Ze voert daarvoor onder 900 bedrijven met tien of meer medewerkers, in negen sectoren, onderzoek uit naar de strategische behoefte aan uitzendwerk. Willen bedrijven in de toekomst vooral met eigen of met extern personeel werken? Of willen ze een mix van vaste en externe krachten? En bestaat een deel van die mix dan uit oproepkrachten, flexkrachten of uitzendkrachten?

Via het onderzoek wil de ABU erachter komen hoe uitzendbureaus hun positie op de arbeidsmarkt kunnen versterken. Want er is nog groei mogelijk, denkt Van der Gaag. 'In 1999 hadden we onze absolute top, ook in de wereld. Uitzendwerk maakte toen ongeveer 4,5% van de totale arbeid uit. Nu zitten we rond de 3,5%. Dat is heel behoorlijk. In heel de wereld gaat het over het algemeen niet verder dan 2%, met een paar uitzonderingen zoals Groot-Brittannië en Nederland. Ik denk dat we hier wel kunnen groeien naar 6%.'

Van de Gaag verwacht niet dat uit het onderzoek naar voren komt dat de totale vraag naar flexwerk, waaronder uitzend-, detachering- en outsourcingwerk, zal toenemen. Het marktaandeel flexwerk ligt immers al jaren tussen de 10 tot 12%. Als daaraan al iets verandert, dan is dat op korte termijn eerder een af- dan een toename. Want er is spanning tussen vraag en aanbod. Van der Gaag: 'Werknemers zijn niet zo flexibel als we vaak denken. Het liefst willen ze allemaal een vaste baan. Eigenlijk ook wel logisch. Als je een hypotheek wilt afsluiten dan is de regel bij banken nog steeds zo dat een dienstverband voor onbepaalde tijd gevraagd wordt. Zodra de arbeidsmarkt krapper wordt, zoals nu, dan kiezen werkgevers het liefst voor vaste contracten.'

Ook veranderende regelgeving zit groei van flexwerk in de weg. 'Op langere termijn maak ik me zorgen over Europa. Ik heb al een paar wetsvoorstellen over uitzendwerk voorbij zien komen



‘WERKNEMERS
ZIJN NIET ZO
FLEXIBEL ALS WE
VAAK DENKEN.
HET LIEFST WILLEN
ZE ALLEMAAL EEN
VASTE BAAN’

die zeer beperkend waren. Die hebben het niet gehaald, maar ze komen ongetwijfeld terug. En de Nederlandse overheid heeft het voornemen om de Wet flexibiliteit en zekerheid te veranderen, stijver te maken. Dat begrijp ik niet. Er zijn allerlei evaluaties van die wet geweest, en daaruit kwam niet naar voren dat de wet stijver moest. Het zal wel met de kleur van het kabinet te maken hebben, met een opkomende SP en met de vakbonden die eerder kiezen voor een baan dan voor zekerheid.’ Natuurlijk bieden uitzendbureaus ook zekerheid, reageert Van der Gaag verbaasd. Zeker 6% van de uitzendwerkers heeft een contract voor onbepaalde tijd. 35% vindt een vaste baan via uitzendwerk. ‘Dus, waar hebben we het over.’

Versoepeling van het ontslagbeleid ziet hij niet als een bedreiging voor het flexwerk. ‘Kijk naar Groot-Brittannië. Daar is het echt niet moeilijk om iemand te ontslaan. En toch is het percentage uitzendwerk op de totale arbeid hoger dan in Nederland. Laat het ontslagbeleid dus maar versoepelen.’

Misschien dat het fenomeen ZZP’er (Zelfstnadiige Zonder Personeel) een spaak in het wiel van flexbureaus kan steken. In korte tijd is hun aantal gegroeid van tien- naar honderdduizenden. Uitzendbureaus spelen handig in op de trend door te bemiddelen en de administratie te doen voor ZZP’ers. Dus een bedreiging? ‘Welnee’, zegt Van der Gaag.

Een punt waar Van der Gaag zich wel druk over maakt, is de permanente

educatie. Hoe ‘leniger’ een uitzendkracht, des te beter is zijn marktpositie. De vraag is wel: wie gaat de opleidingen betalen? ‘Dat moeten we samen doen’, zegt de ABU-directeur stellig. Aan zijn branche ligt het niet. ‘We hebben een eigen opleidings- en ontwikkelingsfonds waarin 0,1% van de loonsom wordt gestort. Volgend jaar beginnen de eerste vijfduizend uitzendkrachten aan competentiegerichtte opleidingen.’ De ‘andere’ kant zou ook een duik in het zakje moeten doen. ‘Wij willen dat de opleidingsfondsen van de sectoren open gaan voor uitzendkrachten die in die sectoren werken.’ Misschien dat het onderzoek duidelijk maakt dat ook bedrijven het nut inzien van permanent geschoolde uitzendkrachten.

Gerard Keijsers