



**Servicepunt Werkgevers West Achterhoek**

**Marktverkenning**  
rapportage

**B O A**  
Organisatie Advies  
Drs. Marleen Brouwer  
Januari 2010

### **Samenvatting**

Om de markt te verkennen voor een Servicepunt Werkgevers in de westelijke Achterhoek (SPW West) is - gebaseerd op het businessplan en conform de afgesproken aanpak - medio januari een marktverkenning uitgevoerd. Tijdens een rondgang door de regio is met twaalf vertegenwoordigers van het regionale bedrijfsleven gesproken. Daarnaast is er een online enquête uitgevoerd onder werkgevers.

In dit rapport staat een kort en bondig verslag van de marktverkenning voor een Servicepunt Werkgevers West Achterhoek (SPW). Waar ligt met name de behoefte aan ondersteuning op het terrein van arbeid, inkomen en onderwijs? In hoeverre sluit de voorgestelde aanpak van het SPW West Achterhoek, zoals omschreven in het recent verschenen businessplan, aan bij de huidige praktijk? Wat zijn de verwachtingen van het SPW in de toekomst? Deze en andere vragen waren leidend in de gesprekken.

Uit de gevoerde gesprekken en de online enquête zijn een aantal punten gedistilleerd die van belang zijn bij het te nemen besluit over het SPW West Achterhoek en de eventuele verdere concretisering van dit initiatief in de toekomst.

De belangrijkste conclusies luiden samengevat als volgt:

- Er is in de markt een voedingsbodem en interesse voor een SPW, met name in de rol van 'makelaar en schakelaar' en niet zozeer als nieuwe aanbieder van reeds bestaande diensten;
- Het voorgenomen portfolio van het SPW spreekt aan, met name op het terrein van loonkostensubsidies, informatie en (P&O)adviesdiensten en begeleiding bij reïntegratietrajecten;
- Er is vanuit de markt bereidheid om te investeren in een SPW zowel in actieve samenwerking als in euro's door te betalen voor diensten op maat;
- Er is behoefte aan een SPW als zij in staat is om een propositie waar te maken als pro-actief, deskundig, snel en effectief loket waarachter betrokken en vertrouwwekkende professionals zitten.

De belangrijkste aanbevelingen luiden samengevat als volgt:

Indien wordt besloten tot een GO van het SPW West Achterhoek...

- ☞ werk dan het concept van een portal uit met daarbinnen ook een onderscheidend pakket aan eigen dienstverlening en voer daartoe een meer diepgaand behoefteonderzoek uit;
- ☞ werk een concreet eigen portfolio uit dat een SPW kan aanbieden en maak daarin onderscheid tussen kosteloze en betaalde diensten (hou daarbij rekening met de mogelijkheden en (wettelijke) beperkingen van de samenwerkingspartners en zoek eventueel op onderdelen de samenwerking met private partijen);
- ☞ heb in de nadere vormgeving en uitwerking van het SPW West Achterhoek aandacht voor de gewenste kenmerken van een SPW en zorg dat medewerkers (door middel van training en scholing) voldoende toegerust zijn om aan dit profiel te kunnen voldoen.

## 1 Aanpak en verantwoording

Gemeenten, WEDEO en het UWV WERKbedrijf in de Westelijke Achterhoek streven ernaar om de werkeloosheid in de regio te reduceren, de afstemming tussen vraag en aanbod op de arbeidsmarkt te verbeteren en daarmee de arbeidsparticipatie te vergroten. Daartoe is het voornemen de handen ineen te slaan om één loket voor regionale werkgevers in te richten, het Servicepunt Werkgevers West Achterhoek (SPW West).

Ter voorbereiding op de inrichting van het SPW West Achterhoek is de afgelopen 2 maanden – in opdracht van het Programmateam Duurzame Economie - onder meer een marktverkenning uitgevoerd waarin is onderzocht of - en op welke wijze - er bestaansrecht is voor een SPW West. Het portfolio zoals dat is beschreven in het businessplan is "aan de markt" getoetst.

Ten behoeve van deze marktverkenning is met 12 werkgevers en vertegenwoordigers van werkgevers een diepte-interview gehouden over de wensen en behoeften ten aanzien van arbeidsmarkt vraagstukken en het Servicepunt Werkgevers. In de gesprekken werd aan de hand van een semi-structureerde vragenlijst een aantal onderwerpen besproken. Wat zijn de meest belangrijke arbeidsmarktthema's in uw organisatie? Op welke manier zoekt u naar antwoorden daarop? Welke rol kan een Servicepunt daarin voor u vervullen? Bent u eventueel bereid tot samenwerking met een Servicepunt? Op deze en andere vragen is tijdens de marktverkenning nader ingegaan.

Daarnaast is een online enquête gehouden onder circa 100 relaties van WEDEO, het Mobiliteitscentrum Achterhoek en een P&O netwerk. De enquête werd ingevuld door 17 personen zijnde P&O-ers, directeuren en controllers of boekhouders werkzaam bij bedrijven van uiteenlopende omvang (variërend van 0-10 medewerkers tot 100+ medewerkers). Circa driekwart van de respondenten heeft minimaal een Hbo-opleiding. De respons is met afgerond 17% matig te noemen, maar gecombineerd met de diepte-interviews geeft zij interessante indicaties en biedt een doorkijk op de thematiek bij werkgevers.

De marktverkenning vond plaats in de tweede helft van januari 2010.

## 2 Bevindingen enquête

Tweederde van de respondenten is bekend met het fenomeen Servicepunt Werkgevers (SPW) en/of werkt reeds samen met een SPW. De ondervraagden geven aan dat personeelsbeleid, diversiteitbeleid en loonkostensubsidies voor hen de belangrijkste thema's zijn op het gebied van HR vraagstukken. Circa driekwart van de respondenten geeft aan dat zij behoefte hebben aan informatie over loonkostensubsidies en scholing en training. Daarnaast acht een ruime meerderheid een actieve betrokkenheid bij een spw noodzakelijk. Zelf willen zij op incidentele basis medeorganisator zijn van bijvoorbeeld bijeenkomsten die door het SPW worden georganiseerd. Een nipte meerderheid van de respondenten (59%) is bereid te betalen voor diensten op maat van het SPW.

Met betrekking tot het dienstenpakket van het SPW komt op basis van de enquête de volgende top 5 tot stand, waarbij de nr. 1 notatie de grootste behoefte aangeeft:

1. ondersteuning bij loonkostensubsidies
2. informatie & (P&O)advies
3. begeleiding bij reïntegratietrajecten
4. scholing en training
5. vacatureservice

De meeste respondenten verwachten dankzij en/of met behulp van een SPW hun eigen personeelsbeleid verder te kunnen verbeteren en de eigen kennis goed aan te kunnen vullen. Daarin zien zij het SPW dus als kenniscentrum of vraagbaak. Een digitaal platform en informatiebijeenkomsten zijn de meest gewenste vormen waarop afstemming van vraag en aanbod en de organisatie van een SPW kan worden vormgegeven in de ogen van de respondenten.

### 3 Bevindingen gespreksronde

#### **Toeleiden en adviseren**

In vrijwel alle gesprekken wordt positief gereageerd op de voorgenomen functies en taken van een servicepunt voor werkgevers, zoals geschetst in het businessplan van het SPW West Achterhoek. Echter, behoeften worden niet door iedereen op vergelijkbare wijze verwoord en ook de randvoorwaarden dan wel risico's worden door verschillende partijen verschillend omschreven.

*“Het SPW moet een voorportaal zijn met specialisten in de backoffice”*

Het SPW kan een rol vervullen om kennis, kunde en informatie te bundelen en overzichtelijk te maken. De uitdaging van het SPW is om te zorgen voor een integraal overzicht en differentiatie. Een werkgever wil iets te kiezen hebben...

*“Het SPW moet ontzorgen”*

Vrijwel alle partijen benadrukken dat het SPW West Achterhoek toch vooral een *platform* of *portal* moet zijn en dat er bovendien een gemeentelijke taak ligt.

*“Ik geloof niet in 100% markteconomie. Er is ook een gemeentelijke taak in dit soort dingen, anders komen er cowboys op de markt”*

Het SPW dient werkgevers in de goede richting te wijzen maar hoeft niet zelf een uitvoerder van diensten te zijn.

*“Je moet een uurtje het een en ander kunnen doorakkeren bij een SPW. Een SPW moet je op het goede spoor zetten”*

Het SPW zou een doorverwijzingsloket moeten zijn dat primair een frontoffice is voor een reeks van bestaande diensten en producten.

*“Een 112 voor werkgevers”*

Tegelijk waarschuwen gesprekspartners ook voor teveel accent op een virtueel servicepunt. Relaties en persoonlijk contact worden heel belangrijk gevonden.

*“Je moet elkaar kunnen ontmoeten, niet alleen telefonisch en virtueel. Het moet een gezicht krijgen”*

#### **(Keten)partner in dienstverlening**

In het voorgenomen portfolio van het SPW West Achterhoek zoals beschreven in het businessplan, worden vier verschillende groepen van activiteiten benoemd:

1. bemiddeling en begeleiding;
2. informatie & advies;
3. scholing en training;
4. subsidies en vergunningen.

Partijen in de markt geven vrijwel unaniem aan dat zij met name voor de laatste twee een belangrijke taak voor het SPW Achterhoek zien weggelegd. Dit zou een belangrijke meerwaarde betekenen voor een aantal marktpartijen. Op het terrein van subsidies zien zij – vrijwel unaniem – de grootste bijdrage van een SPW:

*“Dat zou een fantastische oplossing zijn. Soms huur je iemand in om dat subsidiegebeuren uit te zoeken ofwel je ziet er helemaal vanaf vanwege de complexiteit en traagheid van zo'n proces”*

Het gaat daarbij om informatie en advies, een partij die goed de weg weet in de subsidiestromen en werkgevers bij kan staan met informatie en advies – op onderdelen – ook de implementatie. Daarnaast zien sommige partijen in het SPW een partner in hun ambitie om maatschappelijk verantwoord te ondernemen:

*“Onze drive is vooral om maatschappelijk te ondernemen en daarom sw-ers in dienst te nemen”*

Ook op het gebied van scholing en training zien veel partijen een rol weggelegd voor het SPW. En dan gaat het met name om..

*“Een betere koppeling van onderwijs, bedrijf en schoolverlaters”.*

Daarbij zien werkgevers ook kansen om via het SPW zich als bedrijf beter te profileren in de onderwijssector.

Minder evident, aldus de marktpartijen met wie is gesproken, is het SPW West Achterhoek als aanbieder van bemiddeling- en begeleiding en informatie en advies. Veel partijen stellen vraagtekens bij deze ambitie.

*“We hebben niet **nog** een loket nodig”.*

Uit de inventarisatie van behoeftes komt het beeld naar voren dat vooral kleinere bedrijven met laaggeschoolde werknemers geïnteresseerd zijn in een SPW. Dat sluit ook aan op het gegeven dat bedrijven met circa 75 medewerkers of minder, veelal geen eigen P&O functie hebben. De directeur is verantwoordelijk voor ontwikkeling en uitvoering van personeelsbeleid. Bij grotere bedrijven ligt dat anders en is er meer eigen expertise en ondersteuning in huis.

*“Grote bedrijven hebben niet zo'n behoefte aan een SPW, wij doen en kunnen heel veel zelf”*

### **Bereidheid om te investeren**

De partijen in het veld verwachten niet zonder meer dat alle diensten van het SPW gratis zijn. Voor diensten op maat willen zij graag betalen, mits de prijs/kwaliteit verhouding klopt en het iets toevoegt.

*“Het schakelen en makelen moet gratis zijn, voor een inhoudelijke en goede dienst wil ik wel betalen”*

Een mogelijkheid die door verschillende gesprekspartners werd gesuggereerd is om betaalde diensten aan te bieden via een abonnementenstructuur of strippenkaart. Dat verlaagt ook de drempel om het SPW te benaderen met specifieke vragen en kan haar rol als gezaghebbende vraagbaak versterken.

Vrijwel alle partijen geven aan bereid te zijn om in het SPW te investeren in termen van tijd, kennis en kunde. De bereidheid om netwerken en kennis te delen en op incidentele basis samen bijeenkomsten en/of een evenement te organiseren is groot.

*“Vanuit brede kennis moet er meer mogelijk zijn dan er nu gebeurt”*

### **Gewenste kenmerken van een SPW**

Vrijwel alle partijen benadrukken het belang van het woord service. Servicegerichtheid, aldus de betrokkenen, bestaat uit diverse elementen:

- **Snel** (ellenlange procedures passen daar niet bij)
- **Efficiënt** (waarbij vooral ook goed naar de wensen en eisen van de cliënt wordt gekeken).
- **Persoonlijk** (en dus niet worden doorverwezen naar de volgende medewerker)
- **Kundig** (weten waar het over gaat)
- **Resultaatgericht** (in plaats van regelgericht)

In de beeldvorming bij werkgevers bestaat er een zekere discrepantie, die door meerdere geïnterviewden wordt benoemd, tussen de ervaringen - en daarmee het imago - van het UWV WERKbedrijf en hetgeen door de betrokkenen onder servicegerichtheid wordt verstaan. Er bestaat enige argwaan of het SPW aan de gewenste kenmerken kan voldoen.

*“Het servicepunt moet het vertrouwen geven dat je samen de oorlog kunt winnen”*

## 4 Conclusies en aanbevelingen

### Conclusie 1

Er is behoefte aan een SPW met name in de rol van 'makelaar en schakelaar' en niet zozeer als nieuwe aanbieder van reeds bestaande diensten. In de Achterhoek zijn diverse publieke en particuliere initiatieven op het terrein van arbeid. Er is veel versnippering van initiatieven op het terrein van arbeid, scholing en onderwijs en mede daardoor bij werkgevers een gebrek aan overzicht van de mogelijkheden. Uit de marktverkenning blijkt dat er behoefte is aan een servicepunt voor werkgevers, vooral in de rol van 'wegwijzer' en niet zozeer als nieuwe aanbieder van (bestaande) diensten. Het SPW West Achterhoek heeft dan ook meerwaarde voor de markt, achtereenvolgens als platform of wegwijzer, als kenniscentrum en – op onderdelen – als aanbieder van diensten.

### Aanbeveling 1a en 1b

- ☞ Werk het concept van een platform uit met daarbinnen ook een onderscheidend pakket aan eigen dienstverlening;
- ☞ Voer daartoe een meer diepgaand behoefteonderzoek uit op basis van de indicaties uit onderhavige marktverkenning.

### Conclusie 2

Het voorgenomen portfolio van het SPW spreekt aan, met name op het terrein van loonkostensubsidies, informatie en (P&O)adviesdiensten en begeleiding bij reïntegratietrajecten. Werkgevers hebben behoefte aan ondersteuning met name ten aanzien van loonkostensubsidies.

### Aanbeveling 2

- ☞ Werk aan de hand van de marktverkenning een dienstenpakket uit, om te beginnen op het gebied van loonkostensubsidies. Spreek daarbij de werkgever ook aan op de mogelijkheden om maatschappelijk verantwoord te kunnen ondernemen door dit instrument in te zetten.

### Conclusie 3

Werkgevers zijn bereid om te investeren in een SPW. Deze bereidheid is tweeledig:

1. in de vorm van actieve samenwerking willen werkgevers kennis en netwerken delen
2. er is bereidheid om te investeren in een SPW door te betalen voor diensten op maat.

### Aanbeveling 3

- ☞ Werk een concreet eigen portfolio uit van betaalde diensten dat een SPW kan aanbieden, bijvoorbeeld via een abonnementenstructuur (hou daarbij rekening met de mogelijkheden en (wettelijke) beperkingen van de samenwerkingspartners en zoek eventueel op onderdelen de samenwerking met private partijen).



#### Conclusie 4

Uit de marktverkenning blijkt dat de doelgroep van het Servicepunt Werkgevers West Achterhoek met name deskundigheid, pro-activiteit, doeltreffendheid en snelheid verwacht. Er is behoefte aan een SPW als zij in staat is om aan de gewenste kenmerken adequaat invulling te geven en een propositie waarmaakt als pro-actief, deskundig, snel en effectief loket waarachter betrokken en vertrouwwekkende professionals zitten.

#### Aanbeveling 4

- ☞ Heb in de nadere vormgeving en uitwerking van het SPW West Achterhoek aandacht voor de gewenste kenmerken van een SPW en zorg dat medewerkers (door middel van training en scholing) voldoende toegerust zijn om aan dit profiel te kunnen voldoen.

#### Conclusie 5

Aan het eind van vrijwel alle interviews is belangstelling voor de uitkomsten en het vervolg getoond door de geïnterviewden.

#### Aanbeveling 5

- ☞ Geef een eenmalige Nieuwsbrief uit met de uitkomsten van de marktverkenning en de eventuele besluiten rondom het SPW West Achterhoek. Dit sluit ook aan bij de gewenste relatiegerichte identiteit van het SPW.