



Whitepaper

Uitzenden werkt

juni 2021



Inleiding

De crisis ontstaan door corona heeft ruim een jaar invloed gehad op de economie en de werkgelegenheid. De invloed op de economie is nog steeds tastbaar, maar de situatie op de arbeidsmarkt is inmiddels significant verbeterd. Sterker nog: [Work-on luidde begin april al de noodklok op Radio 1](#). Het aantal openstaande vacatures loopt snel op. De werkloosheid loopt gestaag terug. De 'war-for-talent', zoals die begin 2020 nog woedde, is helemaal terug.

Na een jaar van onzekerheid en spanning is dit voor veel bedrijven het moment om te investeren in personeel. Een team uitbreiden, extra functies creëren of zelfs een nieuwe afdeling opzetten. De noodzaak verschilt per organisatie, maar het is duidelijk dat heel Nederland weer gezamenlijk gaat vissen in een snel krimpende vijver. De manier waarop wij deze nieuwe collega's in laten stromen is erg belangrijk. Zo heeft de crisis laten zien dat

flexibiliteit scoort. Wat betekent dit voor de rest van 2021? De vooruitzichten zijn positief, maar niemand weet hoe onze economie er over een jaar voor staat. De kans dat de flexibele schil in de Nederlandse arbeidsmarkt groeit is groot.

Wij geloven dat jij komend jaar ook met flexibel personeel gaat werken. Meer dan je nu al doet. Het aannemen van talent op uitzendbasis biedt de kans om nieuwe medewerkers in jouw organisatie te verwelkomen en 100% flexibel te blijven, zonder extra tijd te steken in recruitment of de werkgeversverplichtingen direct voor eigen rekening te nemen. Wel die extra mensen in jouw organisatie, niet de zorgen of de risico's.

Uitzenden is interessant vanuit verschillende scenario's. In dit whitepaper nemen we je mee in de wereld van uitzenden en laten we je zien waarom uitzenden relevant is voor jouw organisatie.



Uitzenden

Hoe werkt uitzenden?

Uitzenden biedt de mogelijkheid om voor een langere periode gebruik te maken van flexibel personeel. Dit werkt als volgt:

Bij een uitzendconstructie zijn 3 partijen betrokken: de uitzendkracht, het uitzendbureau en de inlener. Het uitzendbureau is verantwoordelijk voor de werving en selectie van de kandidaten en zorgt voor het tijdig aanleveren van slimme nieuwe medewerkers. Daarnaast is het uitzendbureau de juridisch werkgever van de uitzendkracht. Het uitzendbureau regelt de contract- en salarisadministratie. Hoewel de inlener geen werkgeverschap

draagt, blijft de inlener verantwoordelijk voor de uitzendkracht op de werkvloer. Dit betekent dat de inlener verplicht is om te zorgen voor de veiligheid van, het leidinggeven aan en het toezicht op de uitzendkracht.

Werken volgens de uitzend cao:

De uitzendkracht is in dienst bij het uitzendbureau, maar wordt beloond volgens de beloning (uurloon) van de inlener. Hierdoor kan er geen verschil ontstaan tussen het uurloon van een uitzendkracht en een medewerker in vast dienstverband.

Het uitzendcontract valt onder de uitzend cao. Concreet betekent dit dat de uitzendkracht werkt in een fasensysteem met 3 fasen die elkaar opvolgen en waarbij elke stap steeds langer duurt. Hierdoor kun je via een uitzendconstructie potentieel tot 5,5 jaar (of langer) flexibel blijven. Het fasensysteem verschilt daarin van de ketenbepaling in de

meeste cao's, waarbij je personeel slechts 3 tijdelijke contracten mag bieden in 3 jaar voor je een overeenkomst voor onbepaalde tijd aangaat.

Het fasensysteem is voordelig wanneer je nog niet precies weet hoeveel of hoelang je een bepaald aantal FTE nodig hebt. We schetsen een voorbeeldscenario waarin dit kan werken.

BUSINESSCASE

De uitdaging van Koopman Meubelen

Koopman Meubelen is een meubelmakerij gespecialiseerd in houtbewerking. Het bedrijf is 30 jaar geleden opgericht door (en staat nog steeds onder leiding van) de 2 gebroeders Koopman. Inmiddels beiden in de 60. Door de jaren heen is de vraag naar massief houten meubelen flink gestegen, waardoor het bedrijf is uitgegroeid tot een kleine winstgevende onderneming.

In 2017 heeft Koopman Meubelen onder meer geïnvesteerd in een betere webshop en extra personeel. Tot dat moment bestond het team van Koopman Meubelen uit 3 productiemedewerkers, 1 backoffice medewerker en 1 accountmanager/ operationeel manager.

Het productieteam en de backoffice medewerker stonden onder leiding van operationeel manager Floor, die zich naast haar verantwoordelijkheden als manager ook

bezighield met commercie. Omdat sales en marketing teveel werk omvatte, kreeg ze hulp van de backoffice medewerker die tijdelijk de webshop en social media kanalen beheerde.

De groei van Koopman Meubelen bleef doorzetten, daarom werd de productiecapaciteit in 2018 vergroot met 2 extra FTE en het kantoor team met een marketeer en een verkoopmedewerker.

Door deze verdubbeling in het personeelsbestand (in totaal 10 FTE in dienst) heeft Floor de keuze gemaakt om haar werk als accountmanager naast zich neer te leggen en zich volledig te richten op haar werkzaamheden rondom operationeel management en hr.

Even leek de vraag naar meubelen van Koopman Meubelen in 2020 te vermin-

deren. Door de crisis gaven mensen minder snel geld uit. Daarom is het team in het voorjaar van 2020 gaan nadenken over de mogelijkheden om in te spelen op de huidige behoefte. Al snel kwamen de ideeën op tafel om praktische werkplekken te maken, die een toevoeging kunnen zijn in de woonkamer of juist in een kantoorruimte aan huis.

Zo werd er naast het standaard assortiment gewerkt aan luxe thuiswerkplekken. Deze bleken al snel een doorslaand succes. De eerste modellen waren in no-time verkocht. In het team werd al langer gesproken over de potentie van de nieuwe thuiswerkmeubelen. De marketeer en verkoopmedewerker zagen kansen voor Koopman Meubelen om groot te worden met deze nichemarkt. Ook Floor was enthousiast na het horen van de ideeën. Deze thuiswerkmeubelen zouden Koopman Meubelen landelijk op de kaart kunnen zetten.

Dat brengt ons bij vandaag de dag. Sinds deze zomer is het productieniveau weer op het niveau van voor de crisis.

De uitdaging die er nu ligt: Koopman Meubelen kan marktaandeel pakken, maar heeft op dit moment onvoldoende capaciteit om die groei te kunnen realiseren.

Het productieteam heeft nu al moeite met inkoop en logistiek. Regelmatig loopt de planning in de soep, omdat materialen te laat zijn ingekocht. Floor speelt daarom al langer met het idee om een teamleider aan te nemen die verantwoordelijk wordt voor de inkoop, de planningen, het onderhoud en de roosters van het team. Daarbij wil Floor het kantoorteam uitbreiden met een extra marketeer. Wanneer ze willen groeien, moeten er extra handen komen om het werk op te vangen.

Floor weet nog niet hoe deze vraag door de gebroeders Koopman wordt ontvangen. Door de verminderende vraag begin 2020 zijn de eigenaren terughoudender geworden. Het aannemen van niet 1, maar 2 nieuwe medewerkers brengt risico's met zich mee. Ze weet niet of ze die risico's willen dragen. Floor besluit het in de eerstvolgende vergadering met ze te bespreken.

Deze businesscase gaat verder op pagina 8.



Waarom uitzenden werkt

Voordelen van uitzenden

Wat levert uitzenden je op?
Dit zijn de voordelen:

Kostenbeheersing

Omdat het uitzendbureau het juridisch werkgeverschap draagt heb je minder verplichtingen. Dit betekent:

- Je weet direct wat een medewerker kost; Je betaalt alleen de gewerkte uren waardoor de kosten gelijk zijn aan de inzet.
- Geen personeels- en loonadministratie; Het uitzendbureau regelt de personeels- en loonadministratie voor je.
- Alleen betalen voor gewerkte uren;

Niet meer en niet minder.

- Geen risico bij ziekte; Voor een zieke uitzendkracht geldt: niet aan het werk = geen loon.
- Geen risico bij arbeidsongeschiktheid; Het uitzendbureau draagt het volledige risico.

Flexibiliteit (gebruikmaken van uitzendcontracten)

Uitzenden geeft je het vermogen en de vrijheid om snel op- en af te schalen als het op je personeel aankomt. Wanneer de markt tegenvalt, zit je niet vast aan contracten. Concreet betekent dit:

- Flexibel opschalen bij drukte of extra werk; Extra handen zijn zo geregeld.
- Geen werk? Geen kosten; Wanneer de opdrachten afnemen zit je niet vast aan contracten.
- Mogelijkheid om 5,5 jaar op flexibele basis samen te werken; Voldoende tijd om te kijken of de invulling van de functie bevalt.

Wervingscapaciteit

Wanneer je samenwerkt met een uitzendbureau ligt recruitment niet bij jou. Dit houdt in:

- Volledig ontzorgd op het gebied van recruitment; Met de werving en selectie hoef jij je niet bezig te houden. De keuze voor een kandidaat maak je zelf.
- Snel schakelen bij plotselinge drukte; Het uitzendbureau heeft toegang tot een grote database van beschikbare uitzendkrachten.
- Bereik op de doelgroep; Door gebruik te maken van de database van het uitzendbureau is jouw bereik op de doelgroep groot.



BUSINESSCASE

Personeelsvraag flexibel oplossen?

Zoals verwacht zijn de gebroeders Koopman niet razend enthousiast over het aannemen van niet 1, maar 2 extra mensen. Ze zien de kansen, maar twijfelen over het moment en de invulling van de functies. Ook de mogelijke extra uitgaven zijn een zorg.

Er ontstaat een discussie. Jan Koopman - het commerciële brein van Koopman Meubelen - vindt de risico's groot, maar geeft ook aan dat extra personeel in het verleden altijd heeft gezorgd voor groei in afzet en omzet. Hij lijkt het risico wel te willen nemen. Zijn broer Kees denkt daar echter anders over. Het aannemen van een teamleider en een marketeer gaat in zijn ogen de groei niet realiseren. Als er nu personeel aangenomen wordt, dan moet dit ter versterking van het productieteam zijn. Ook daarvoor vindt hij het nu niet het moment.

Floor had deze discussie al voorzien en heeft de cijfers van de afgelopen maanden erbij gepakt. De cijfers tonen onder meer aan hoe lang het team doet over een meubel, van aankoop tot oplevering. De cijfers verschillen per maand aanzienlijk. Dit heeft volgens Floor alles te maken met inefficiënte processen.

Ze legt Jan en Kees uit dat zij gelooft dat een teamleider het verschil kan maken door deze processen te stroomlijnen. Bovendien kan de teamleider direct schakelen met de

marketeer/accountmanager. Is er ruimte in de agenda? Dan kan er nog een project tussen worden geschoven. Staat de agenda vol, dan is het belangrijk om rekening te houden met langere levertijd. Een win-win.

De mannen lijken overtuigd. Nu het financiële aspect nog. Hoe de markt zich ontwikkelt is niet duidelijk. Het blijft onzeker of de beoogde groei wel gerealiseerd wordt. Wat kost het om nu 2 nieuwe medewerkers aan te nemen? Wat zijn de mogelijkheden? Tot nu toe werken ze alleen met vaste krachten. Misschien kan het ook anders.

Wat als ze een marketeer en een teamleider op uitzendbasis laten starten? Hoe zou deze uitzendconstructie er voor Koopman Meubelen uitzien?

Deze businesscase gaat verder op pagina 12.



Kansen die uitzenden biedt

Ruim 80% van de bedrijven ([TNO - Flexmarkt](#)) in Nederland maakt gebruik van een flexibele schil. 1 op de 4 werknemers werkt momenteel op flexibele basis. Welke strategische voordelen biedt het inzetten van uitzend- of detachingskrachten?

Strategische flexibiliteit

Een crisissituatie in de branche of economie, het uitvallen van personeel door (langdurige) ziekte, onvoorspelbare groei of verandering van de organisatie en werkzaamheden waarbij sprake is van pieken en dalen in de benodigde capaciteit. Stuk voor stuk voorbeelden van redenen om op zoek te gaan naar de juiste flexibiliteit om goed op deze situaties in te kunnen spelen.

Voor de hand ligt het opvangen van ziekte en het opschalen van personeel op piekmomenten. Dat is situationeel gebruik maken van een flexibele arbeidskracht. Het echte voordeel ontstaat echter vooral door onderdelen van de organisatie structureel van flexibiliteit te voorzien.

Daarbij kun je denken aan:

- Instroom van personeel op uitzendbasis. Hierdoor kan een grote(re) kandidatenpool starten zonder risico's op lange termijn. Zodra de situatie het toestaat kun je altijd de juiste mensen vastleggen binnen jouw organisatie. Een ideale manier om zowel volume als kwaliteit voor de organisatie te realiseren.
- Inspelen op kansen in de markt. Een nieuwe afdeling of functiegroep toevoegen aan jouw organisatie kan erg onvoorspelbaar zijn. Door deze functies met uitzend- of detachingskrachten in te vullen, verzeker jij jezelf van de mogelijkheid om bij te kunnen sturen in de samenstelling van de teams en de functies.
- Financiële risicobeheersing binnen het businessmodel. Snelle groei van de organisatie is aantrekkelijk, maar kent risico's. Door de groei te realiseren met passend personeel op flexibele basis behoud je de mogelijkheid om tijdig terug te schalen of te veranderen als de markt daar om vraagt.



Duurzame inzetbaarheid

Voor organisaties is het belangrijk om goed inzetbare medewerkers te hebben. Dat wil zeggen: medewerkers die kunnen inspelen op aanpassing van hun takenpakket, verandering in hun loopbaan en ontwikkelingen in de organisatie. Dit is de kern van duurzame inzetbaarheid. Om die goede inzetbaarheid te creëren is het noodzakelijk om structureel in te spelen op de veranderende behoefte van medewerkers in de verschillende stadia van hun loopbaan. In 2025 maken de generaties Y en Z ruim 70% van de beroepsbevolking uit. Door gericht flexibiliteit in te zetten kun je inspelen op hun behoefte.

Hoogopgeleide en gemotiveerde werknemers hebben geen bezwaar tegen het werken op uitzendbasis aan het begin van hun carrière. De zoektocht naar de passende functie en juiste werkgever vraagt om ervaringen. De millennials en generatie Z zijn uitgesproken positief over de mogelijkheid om tijdens en na de studie van flexibiliteit gebruik te maken om in de perfecte functie uit te kunnen komen.

Voorbeeld uit eigen organisatie

Work-on werft en selecteert uitzendkrachten altijd op basis van een 100% matchprofiel. Wat betekent dat wij niet alleen de kennis en ervaring, maar ook de persoonlijkheid en de klik met de bedrijfscultuur volledig meewegen. Van elke uitzendkracht is dus duidelijk dat zij starten op flexibele basis, maar een volledige match zijn met de organisatie waar zij komen te werken. Work-on heeft als doel dat deze flexibele start, die door het benutten van de uitzendcao tot 5,5 jaar kan duren, altijd kan leiden tot een vaste overeenkomst tussen uitzendkracht en opdrachtgever.

Hierdoor krijg jij de kans om veel geschikte medewerkers in je organisatie aan het werk te hebben en wanneer dat uitkomt van flexibel naar vast te wijzigen. Het resultaat voor jou? Kwaliteit en flexibiliteit.





Bereken jouw uitzendtarief

Opbouw van het uitzendtarief

Hoe is het uitzendtarief opgebouwd? Laten we eens concreet gaan kijken naar wat uitzenden precies kost. Belangrijk: het uurtarief wordt vooraf bepaald samen met het uitzendbureau. Dit tarief wordt enkel in rekening gebracht voor gewerkte uren.

De eenheid 'uurtarief' maakt vooruitkijken en budgettair plannen dus erg overzichtelijk. Er zijn geen onvoorziene kosten achteraf.

Hoe wordt jouw tarief berekend?

Het uitzendtarief is technisch gezien de uitkomst van een rekensom met de volgende onderdelen.

- Het bruto uurloon van de uitzendkracht
- Het aantal gewerkte uren van de uitzendkracht
- De omrekenfactor van het uitzendbureau

Het bruto uurloon van de uitzendkracht

Het uitzendtarief is gebaseerd op het brutoloon van de uitzendkracht. Het loon wordt gebaseerd op jouw salarishuis en staat daarmee gelijk aan het salaris dat jouw medewerkers in vast dienstverband ook ontvangen voor een identieke functie.

De omrekenfactor van het uitzendbureau

In de overeenkomst met een uitzendbureau wordt een omrekenfactor vastgelegd. Deze factor vermenigvuldigd met het bruto uurloon maakt het uurtarief. De omrekenfactor behelst de werkgeverslasten (bruto uurloon x sociale premies en pensioen) en de bureaumarge (wervingskosten, belastingen, werkgeversrisico, reserveringen, vakantiegeld

en salarisadministratie).

Op basis van het volume en de samenwerking kan per functieprofiel een aparte factor worden vastgesteld of juist een algemene factor voor het geheel van de overeenkomst.

Is uitzenden goedkoper dan personeel in vast dienstverband?

Er is een aantal situaties waarin uitzenden goedkoper is dan personeel in vast dienstverband. Dit geldt bijvoorbeeld wanneer een personeelslid is uitgevallen of er sprake is van onzekerheid rondom uren. Waarom? Uitzenden levert je zekerheid in kosten en resultaat. Je betaalt alleen voor de gewerkte uren en hebt geen risico's bij ziekte of

arbeidsongeschiktheid. Zo ga je nooit boven je budget en weet je vooraf precies wat die nieuwe medewerker je kost. Juist in situaties waar al kosten gemaakt worden door uitval of er geen zicht is op de komende werkdruk, is het prettig om de kosten te beheersen. Zonder onverwachte of vervelende verrassingen achteraf.



BUSINESSCASE

Kosten flexibele vs vaste inzet

Floor wil alle financiële voor- en nadelen afwegen. Op internet vindt Floor een uitzendtarief waarmee ze ongeveer kan inschatten wat een medewerker op uitzendbasis kost ten opzichte van een medewerker in vast dienstverband.

Ze houdt rekening met een groen en rood scenario voor het komende jaar. In scenario groen gaan de zaken goed en stromen de opdrachten binnen. In scenario rood keldert de markt en lopen de opdrachten onverwachts terug.

Voor de berekening gelden de volgende factoren:

- De medewerker/uitzendkracht ontvangt een bruto-uurloon van €15.
- Het betreft een fulltime werkweek (173,33 uur per maand).
- Er wordt uitgegaan van een tijdelijk arbeidscontract van 7 maanden.
- Voor de inzet van het uitzendbureau wordt gerekend met een omrekenfactor van 2,35.
- Voor de eigen werkgeverslasten wordt gerekend met een loonfactor van 1,55.

Dit betekent dat Koopman Meubelen te maken krijgt met de volgende maandelijkse kosten.

Uitzendkracht: $15 \times 173,33 \times 2,35 =$

€6.109,88.

Werknemer: $15 \times 173,33 \times 1,55 =$ **€4.029,92.**

In een groen scenario is een werknemer in vaste dienst dus klaarblijkelijk goedkoper. Wat gebeurt er als de situatie wijzigt en er binnen 3 maanden geen werk meer blijkt te zijn voor de medewerker(s)? Van de uitzendkracht valt direct afscheid te nemen. Van de medewerker in vast dienstverband wordt dat lastiger.

De kosten voor 3 maanden uitzenden komen neer op €18,329,64. Hierbij is nog geen rekening gehouden met een gemiddeld verzuim en verlofpercentage van 3%. Stel dat de uitzendkracht door ziekte of vakantie 3% minder uren werkt komen de kosten voor 3 maanden neer op **€17.779,13.**

De kosten voor de medewerker die de 7 maanden in dienst blijft zijn **€28.209,44.**

Waar het verschil op maandelijkse basis nog klein was, wordt dit al groter wanneer blijkt dat er geen werk meer is. Terwijl de medewerker nog wel onder contract staat. Dan is er nog niet gekeken naar het scenario waarin er sprake is van langdurig verzuim. Wanneer een personeelslid lange tijd niet kan werken, lopen de kosten snel op.

Zeker als het personeelslid in zijn of haar afwezigheid moet worden vervangen. Juist in die situatie is uitzenden goedkoper.

Nu is het aan Floor om een keuze te maken. Biedt ze de 2 nieuwe collega's een contract aan of start ze liever op uitzendbasis?



Uitzendmarkt nu en straks

Uitzenden in cijfers

Nu het concept uitzenden bekend is, evenals de kenmerken en kosten. Laten we kijken naar de uitzendmarkt. Hoe groot is de uitzendmarkt op dit moment? Welke invloed heeft de crisis gehad?

Minder uitzendkrachten in Nederland

Begin 2021 zijn er ongeveer 266 duizend uitzendkrachten in Nederland. Dit waren er vorig jaar rond dezelfde periode een stuk meer. In het tweede kwartaal van 2020 daalde het aantal uitzenduren, ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder, met 22%. In het derde en vierde kwartaal van 2020 was de krimp minder groot, maar nog altijd

substantieel. Oorzaak hiervan lijkt de corona crisis. De krimp van 22% laat zien wat de waarde is van het gebruik van een flexibele schil in een organisatie. Zonder flexibele schil was het afschalen van personeel voor veel bedrijven kostbaar en lastig geworden. Nu hebben bedrijven er in een lastig in te schatten periode voor kunnen kiezen om de flexibele schil los te laten.

Onzeker is of er ook andere factoren hebben bijgedragen aan de afname van het aantal uitzenduren en -krachten. Denk aan de invoering van de Wet arbeidsmarkt in balans, die het flexibel werk in Nederland minder

flexibel maakt. De vraag is nog of deze wet invloed heeft op de uitzendbranche en in hoeverre de gevolgen hiervan komend jaar zichtbaar worden.

Krachtig herstel verwacht

Tijdens eerdere crisissen is al gebleken dat veel bedrijven in geval van groei bij voorkeur eerst flexibel personeel (werknemers in tijdelijk dienstverband, oproepkrachten en uitzendkrachten) inhuren in plaats van direct

vast personeel in dienst te nemen.

De kans dat de flexbranche - waar de uitzendmarkt onder valt - snel herstelt is volgens de ING, dan ook groot. In een rapport beschrijven ze zelfs een herstel te verwachten van circa 10% na een sterke volumedaling in 2020 (-15%).

Hoe en of het te verwachten herstel wordt gerealiseerd is afhankelijk van de economie.

Marco Bastian namens de Ned. Bond Van Bemiddelings- en Uitzendondernemingen:

‘Dat de crisis grote negatieve invloeden heeft, moge duidelijk zijn. Er zijn mensen tussen wal en schip gevallen door de vorm waarin ze werken of de rechten die ze hebben met betrekking tot het verkrijgen van een uitkering. In ons sociaal systeem zijn de hiaten duidelijker zichtbaar geworden.

Ook in de uitzendbranche is er in 2020 een flinke dip in uren en omzet zichtbaar geweest. Uitzendorganisaties die niet alleen in de getroffen sectoren werken, hebben nog een redelijk jaar achter de rug, maar de exacte cijfers hiervan hebben we niet. Kijken we vooruit naar de periode waarin alles weer kan en mag, dan voorspel ik dat de uitzendbranche de komende herstelperiode een grote rol gaat spelen in de personeelsvoorziening van de diverse sectoren en bedrijven en dus in het herstel van de arbeidsmarkt.

Veel bedrijven zullen zich extra willen inzetten om de geleden schade voor zover

mogelijk in te halen of te herstellen. Door de langdurige crisis zijn de meeste financiële reserves opgebruikt. Na elke crisis groeit de behoefte aan flexibiliteit en wendbaarheid van ondernemers. Ditzelfde verwacht ik de komende maanden ook te zien gebeuren.

De uitzendbranche heeft eerder al bewezen snel te kunnen schakelen in periodes van op- en afbouwen. Ik verwacht daarom ook een behoorlijke groei in uitzenden te gaan zien. Hoe lang deze groei aanhoudt, weet ik niet. Er is een nieuw kabinet onderweg. De economische situatie is onzeker. In de nabije toekomst wordt verder gekeken naar wet- en regelgeving. Denk hierbij aan het rapport van de commissie-Borstlap. Of er strengere regels komen en hoe deze eruit komen te zien, is nu nog de vraag. Daarover zijn de meningen verdeeld. Maar voor de komende (herstel) jaren zie ik een belangrijke positie voor de uitzendbranche.’

Uitzendkrachten: wie zijn ze?

Tijd om in te zoomen op de uitzendkracht. Wie is de uitzendkracht en waarom kiezen mensen voor uitzendwerk?

Eerder dit jaar publiceerde het CBS een profiel van de flexwerker in Nederland. Volgens het Centraal Bureau voor de Statistiek gaat het om een bijzonder heterogene groep die enorm verschilt in baan, leeftijd en opleidingsniveau. Kijken we specifiek naar de groep uitzendkrachten dan zien we onder meer de volgende opvallende resultaten:

- Bijna een kwart van de uitzendkrachten is jonger dan 25 jaar. Oftewel: starters op de arbeidsmarkt werkzaam in een 1e of 2e baan.
- Ruim een kwart van de uitzendkrachten (26%) is hoogopgeleid.

- Gemiddeld 24% van de uitzendkrachten stroomt door naar een vast dienstverband. Interessant is de vraag waarom ruim 25% van de starters specifiek op uitzendbasis wil starten. Kiezen zij bewust voor de flexibiliteit van een uitzendconstructie? Of moeten ze nog ontdekken waar hun passie ligt en zijn ze daarom niet gebonden?

Het doorstroompercentage van 24% laat zien dat een deel van de uitzendkrachten uiteindelijk toch overstag gaat. Grote kans dat dit gebeurt wanneer zij de juiste positie binnen het juiste bedrijf hebben veroverd. Op termijn kunnen ook uitzendkrachten dus prima gebonden worden. Uitzenden sluit een vast dienstverband ten slotte niet uit.

Onze talenten: we stellen ze graag aan je voor

Nieuwsgierig geworden? Deze groep talenten is de doelgroep die wij bemiddelen. Benieuwd naar onze talenten en hun expertise? We stellen ze graag aan je voor.



Ik wil graag talent inzetten



Over ons

Work-on is al meer dan 22 jaar het bemiddelingsbureau voor organisaties en jong talent. Hoogopgeleide starters en young professionals met maximaal 5 jaar werkervaring.

Onze aanpak draait om persoonlijke aandacht. Voor jou en onze kandidaat. In elke fase van de procedure. Door langdurig persoonlijk contact met onze kandidaten én onze klanten weten we precies wie we voor ons hebben én precies wat past.

Die aanpak is cruciaal voor het behalen van ons doel: het realiseren van de 100% match. Op de persoon, de functie en het team.

Als je gelooft dat persoonlijk contact zo'n impact maakt, kun je haast niet anders dan een unieke werkwijze creëren. We noemen dit talentcoaching, een combinatie van recruitment, hr en coaching op het gebied van arbeid die zorgt dat we de match niet 'voldoende', maar uitstekend maken.

Meer weten over onze werkwijze? Kijk op www.work-on.nl/werkgever.



Utrecht

Herculesplein 355a
3584 AA Utrecht
030 636 50 09
utrecht@work-on.nl

Amsterdam

Amstelstroomlaan 8
1096 GL Amsterdam
020 716 38 53
amsterdam@work-on.nl

Tilburg

Spoorlaan 310
5038 CC Tilburg
013 580 27 20
tilburg@work-on.nl