



Een plus voor 55+'ers in de uitzendsector

Rapport | 27 april 2022

In opdracht van

Travi

travi

IDEA 
CONSULT thinking ahead



member of

IDEAGROUP

Deze studie werd uitgevoerd door:

Kathy Goffin (IDEA Consult)
Jente Dorssemont (The Argonauts)
Grisha Verlinden (The Argonauts)

Jozef II-straat 40 B1
1000 Brussel

T: +32 2 282 17 10
info@ideaconsult.be

www.ideaconsult.be



Inhoudsopgave

1 / Inleiding	2
1.1. Doelstelling van de opdracht	2
1.2. Methode	3
1.3. Leeswijzer voor dit rapport	4
2 / Resultaten van de verkenning	5
2.1. Motieven	6
2.2. Drempels	6
2.3. Hefbomen	8
3 / Resultaten van het Design Research	11
3.1. 4 Persona's	11
3.2. 4 Customer Journey's	18
4 / Conclusies en aanknopingspunten voor het actieplan	21
4.1. Conclusies	21
4.2. Aanknopingspunten voor het actieplan	25
BIJLAGEN	31
A.1 / Topiclijst voor interviews – 55- en 65+'ers	32
A.2 / Topiclijst voor interviews - uitzendconsulenten	36
A.3 / Referenties	39
A.4 / Bevraagde partners bij verkenning	40





1 / Inleiding

In dit eerste hoofdstuk kaderen we de doelstelling van het onderzoeksproject en de methoden die werden gehanteerd. We sluiten af met een leeswijzer voor dit rapport.

1.1. Doelstelling van de opdracht

Bij het sectorconvenant 2021-2022 dat de uitzendsector afsloot met de Vlaamse Overheid werd een addendum 'non-discriminatie en inclusie' gevoegd. In het kader van dit addendum vraagt de overheid een nulmeting uit te voeren naar de inclusie en de discriminatie in de sector, gericht op de doelgroepen voor wie de inclusie in de sector een risico vormt. Travi, het opleidingsfonds voor uitzendkrachten, identificeert een nood om extra in te zetten op de inclusie van de doelgroep 55+'ers in de uitzendsector.

Travi gaf in dit kader de opdracht aan IDEA Consult en The Argonauts om een kwalitatieve meting uit te voeren van de inclusie van 55+'ers en 65+'ers in de uitzendsector. Deze kwalitatieve meting richt zich op het blootleggen van de situatie van 55+'ers in de uitzendsector 'AS IS'. Daarnaast is dit onderzoek er echter ook op gericht om de aanknopingspunten voor het verbeteren van de inclusie van 55+'ers in de uitzendsector aan te reiken (aanknopingspunten voor de 'TO BE'). Travi wil vanuit sectorale dialoog immers komen tot concrete acties om deze doelgroep nog beter te ondersteunen.

De doelstelling wordt samengevat in volgende onderzoeksvragen:

- ▶ Hoe loopt de begeleiding en plaatsing van 55+ (potentiële) uitzendkrachten nu in uitzendkantoren in Vlaanderen?

Deze vraag wordt benaderd vanuit twee perspectieven:

- Wat is de ervaring van de doelgroep zelf? Wat zijn hun noden en behoeften? Wat stimuleert hen of houdt hen tegen om zich als uitzendkracht te melden en/of als uitzendkracht aan de slag te gaan?
 - Wat is de ervaring van de uitzendconsulenten? Welke drempels ervaren uitzendkantoren bij het begeleiden van 55+ers?
- ▶ Welke opportuniteiten worden geïdentificeerd om de ervaring van 55+'ers met uitzendarbeid te verbeteren? Welke innoverende ideeën kunnen hiervoor aangebracht worden?

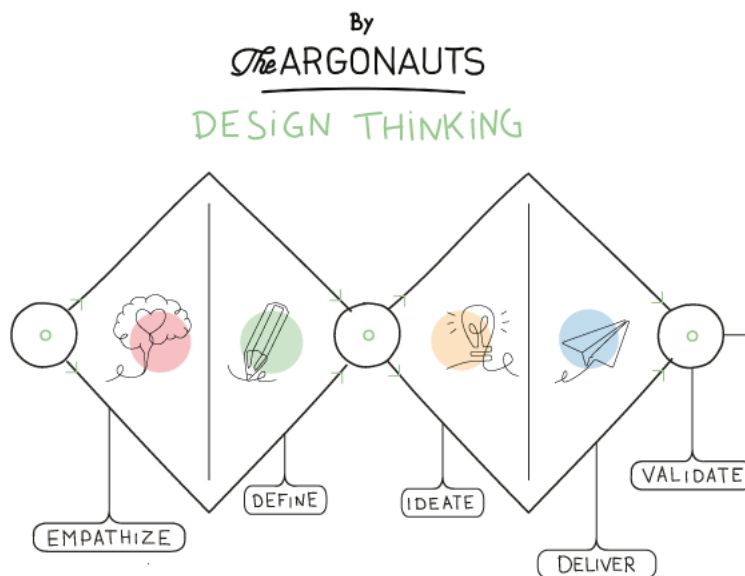


1.2. Methode

Er werd gebruik gemaakt van **kwalitatieve** onderzoeksmethoden. Deze kwalitatieve opzet is niet gericht op het *representatief* in kaart brengen van de verschillende profielen in de doelgroep 55+'ers. Wel wordt er diepgaand inzicht gecreëerd in de mogelijke drempels, hefbomen en opportuniteiten die bestaan bij verschillende profielen 55+'ers die het traject naar werk via uitzendarbeid aangaan. Design thinking vormde het overkoepelende kader voor deze opdracht. We maakten gebruik van customer journey mapping als design research methode. Om deze toe te passen voerden we diepte-interviews uit met 55+'ers, 65+'ers, uitzendconsulenten en experts. Verkennend werd een deskresearch en een beknopte bevraging bij partnerorganisaties van Travi georganiseerd. Afsluitend organiseerden we een workshop om de opportuniteiten te identificeren.

Design thinking als overkoepelend kader

“Design Thinking” werd ontwikkeld aan de Design School van Stanford University (‘d.School’). Gebaseerd op de werkwijze van ontwerpers, maar inmiddels in allerlei organisaties toegepast om nieuwe diensten, producten en waardeproposities uit te denken. De methode bestaat uit vijf stappen: inleven, definiëren, ideeën genereren,



prototypen, testen en valideren, waarmee je snel tot verrassende resultaten komt, ook voor zogenaamd “complexe” problemen. Het is een zeer mensgerichte, instinctieve manier om échte gebruikersnoden in kaart te brengen en hierop in te spelen met creatieve oplossingen.

In deze opdracht lag de focus op de inlevingsfase van het design thinking proces. We willen in het hoofd van 55+'ers gaan om hun noden en behoeften te identificeren, hun klantenreis in kaart te brengen en opportuniteiten te identificeren. Door de resultaten visueel en gestructureerd uiteen te zetten wordt het duidelijk waar de opportuniteiten liggen om de dienstverlening naar deze doelgroep mogelijks te verbeteren.

Customer journey mapping als design research methode

“Customer journey mapping” is een specifieke discipline binnen design thinking waarmee gebruikerservaringen in kaart worden gebracht. Customer Journey Mapping is een krachtige methode om diepgaand te begrijpen wat je gebruikers (in dit geval 55+ uitzendkrachten) motiveert - wat hun behoeften zijn, hun aarzelingen en zorgen, maar ook waar nog opportuniteiten liggen voor deze specifieke doelgroep. Een customer journey map laat je toe om een klantreis op een gestructureerde manier te vertellen zodat je ook de nodige verbeteringen kan ontdekken

en implementeren. Hierbij wordt vertrokken van persona's. Persona's zijn beschrijvingen van een type eindgebruiker en zijn/haar profiel, drijfveren, problemen, noden en opportuniteiten.

Toegepast via diepte-interviews met 55+'ers, 65+'ers en uitzendconsulenten

Om de nodige informatie te verzamelen, werden in totaal 30 diepte-interviews uitgevoerd bij 55+'ers, 65+'ers, uitzendconsulenten en experten:

- ▶ 15 interviews met 55+'ers
- ▶ 5 interviews met 65+'ers
- ▶ 7 uitzendconsulenten en 3 experten (Outplacement consultant/loopbaancoach/VDAB expert transversale klantengroepen)

Deze semigestructureerde diepte-interviews werden (online via Teams) afgenomen op basis van een topiclijst. De topiclijst werd aangepast aan de doelgroep van het interview (uitzendkracht vs. uitzendconsulent/expert) en beide versies zijn te raadplegen in bijlagen A.1 en A.2.

Verkenning via deskresearch en bevraging partnerorganisaties

Verkennend werd een beknopte deskresearch uitgevoerd om de bestaande inzichten m.b.t. de inclusie van 55+'ers in uitzendarbeid samen te brengen en goede praktijken te identificeren. De referentielijst staat in bijlage (A3). Daarnaast werd de kennis over de thematiek die aanwezig is bij partners van Travi verzameld via een beknopte online bevraging. In bijlage (A4) wordt een overzicht opgenomen van de respondenten van deze bevraging.

Workshop om opportuniteiten te identificeren

Afsluitend werd een workshop georganiseerd met een multidisciplinaire groep actoren (medewerkers Travi, loopbaancoach gericht op 55+'ers, uitzendconsulent, 55+'er), waarin via participatieve werkmethoden werd gebrainstormd over opportuniteiten voor de toekomst.

1.3. Leeswijzer voor dit rapport

Het vervolg van dit rapport is opgedeeld in drie hoofdstukken:

- ▶ **Hoofdstuk 2: Resultaten van de verkenning** - beschrijft de resultaten van de verkennende deskstudie en de beknopte bevraging bij partnerorganisaties van Travi.
- ▶ **Hoofdstuk 3: Resultaten van het Design Research** - beschrijft de resultaten van de Customer Journey Mapping, nl. de 4 persona's die werden gedistilleerd en de bijhorende 4 customer journeys.
- ▶ **Hoofdstuk 4: Conclusies en aanbevelingen** - vat de inzichten uit het onderzoeksproject samen in de belangrijkste conclusies, en geeft een overzicht weer van de aanknopingspunten voor het actieplan.

Belangrijke opmerking om in acht te nemen bij het lezen van dit rapport, is dat wanneer we spreken over '55+'ers', we doelen op 55+'ers *inclusief 65+'ers*. Dit onderzoeksrapport richt zich dus zowel op 55+'ers op beroepsactieve leeftijd, als op mensen die al pensioengerechtigd zijn.



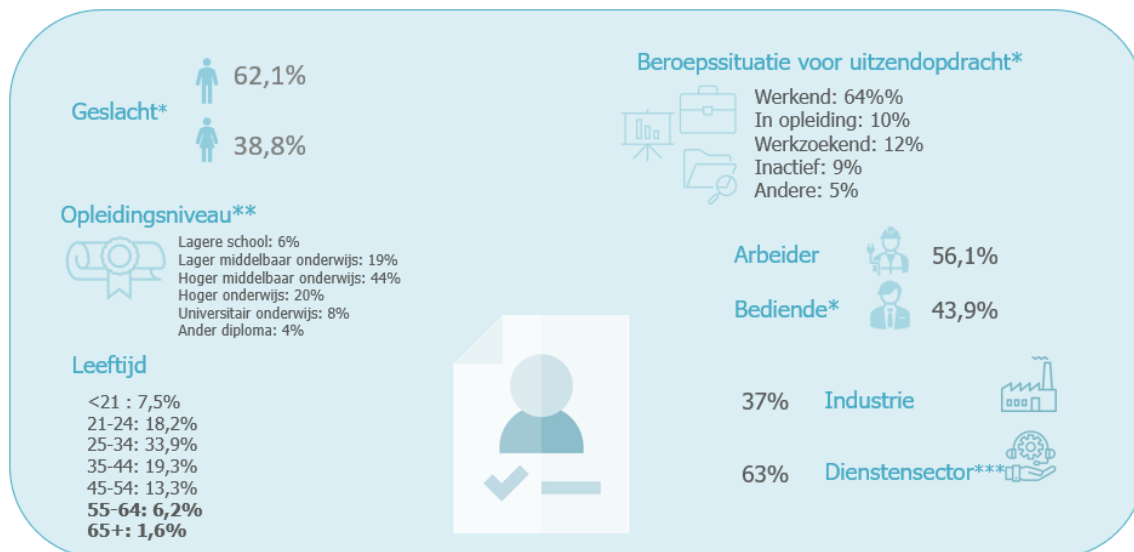


2 / Resultaten van de verkenning

In dit hoofdstuk vatten we de verkennende inzichten over 55+’ers in de uitzendsector samen. Deze inzichten werden verzameld vanuit een deskstudie en bevraging bij partners van Travi. Zo beantwoordden verschillende sociale actors/arbeidsbemiddelaars de bevraging, maar ook een maatwerkbedrijf, VDAB, een gespecialiseerd uitzendbureau voor ouderen en een loopbaanbegeleidingsdienst namen deel. Een overzicht van deze partners wordt opgenomen in Bijlage A.4.

Figuur 1 biedt een overzicht van een aantal belangrijke profielkenmerken van de groep uitzendkrachten in België. 7,8% van de uitzendkrachten in België heeft een leeftijd van 55 jaar of ouder (6,2% is tussen 55 en 64 jaar en 1,6% is 65 jaar of ouder). Wel is er een stijgende evolutie merkbaar in het aantal 55+’ers dat als uitzendkracht gaat werken. Het aantal 55+’ers (55 jaar of ouder) in de uitzendsector was in 2021, met 35.482 55+ uitzendkrachten, een pak hoger dan het aantal in het jaar 2014 (14.473). Het aandeel 55+’ers (7,8% in 2021) is bijna verdubbeld ten opzichte van 2014 (toen 55+’ers 4,1% van alle uitzendkrachten uitmaakten).¹

Figuur 1: Profiel van uitzendkrachten in België (in 2021, cijfers van 2021, behalve cijfers over opleidingsniveau en industrie/diensten – deze komen uit studies van 2020)



Bron: Federgon (*Jaarverslag 2021, **Profielstudie 2020, ***Federgon. (2020). *Uitzendwerk opent deuren*)

¹ Bron: Federgon



De exploratie van de bestaande inzichten leidde tot een eerste overzicht van **motieven, drempels en hefbomen** die specifiek zijn voor 55+'ers die via uitzendarbeid gaan werken.

2.1. Motieven

De partners wezen op volgende belangrijkste motieven van 55+'ers en 65+'ers om voor uitzendarbeid te kiezen:

- ▶ **Heroriëntatie:** de mogelijkheid tot heroriëntatie is een motiverende factor voor 55+'ers en 65+'ers om de stap te zetten naar uitzendwerk. Er kan een carrièreswitch worden gemaakt of andere richtingen worden uitgeprobeerd.
- ▶ **Flexibiliteit:** Het flexibele karakter is een motivatie voor vele 55+'ers en 65+'ers, omdat ze bij uitzendwerk kunnen kiezen hoeveel uur ze werken, en wanneer. Ook het feit dat het korte opdrachten kunnen zijn, en het een niet-bindend karakter heeft, kunnen een motivatie zijn, zeker voor diegene die iets nieuw willen uitproberen.
- ▶ **Gevoel nuttig te zijn voor de maatschappij:** Volgens de partners van Travi is het voor veel 55+'ers en 65+'ers belangrijk om zich nuttig te voelen voor de maatschappij. Er is echt de wil om te werken. Dit is een motivatie om toch de stap te zetten naar een uitzendbureau, die hen kan helpen om werk te vinden.
- ▶ **Als opstap naar vast werk:** Werk via uitzendbureaus wordt gezien als een tijdelijke stap richting het vinden van vast werk.
- ▶ **Aanvulling op pensioen:** Voor een aantal 65+'ers is de mogelijkheid om bij te verdienen een motivatie om werk te zoeken via een uitzendbureau.
- ▶ **Kennis, kunde en expertise:** 65+'ers willen hun kennis, kunde en expertise nog gebruiken op de arbeidsmarkt na hun pensioen.

2.2. Drempels

Ook komen een aantal belangrijke drempels naar voren. Deze kunnen zich situeren bij de doelgroep (55+'ers en 65+'ers), of bij uitzendconsulenten. Onderstaande tabel geeft een overzicht.

Tabel 1: Drempels bij 55+'ers en uitzendconsulenten

55+'ers	Uitzendconsulenten
Onzekerheid tewerkstelling	Vooroordelen bij uitzendconsulenten
Negatief imago uitzendwerk	Sterk contrast met eigen leeftijd
Negatieve perceptie jonge uitzendconsulenten	Onvoldoende inzicht in de mogelijkheden van 55+ op arbeidsmarkt
Te hoge verwachtingen	Beperkte mogelijkheden op de arbeidsmarkt door vooroordelen bij klant-gebruikers
Vooroordelen	
Negatieve ervaringen	
Stigmatisering	
Onzekerheid fiscale gevolgen	



2.2.1 Bij 55+’ers

Drempels die zich situeren bij 55+’ers, zijn factoren die 55+’ers ervan weerhouden om voor uitzendarbeid te kiezen. Het deskonderzoek en de partners van Travi wezen op volgende drempels bij 55+’ers:

- ▶ **Onzekerheid tewerkstelling:** Volgens de partnerorganisaties is de onzekerheid van de tewerkstelling een drempel voor 55+’ers. Ze zouden de idee hebben dat wanneer ze niet snel genoeg presteren, ze niet zullen weerhouden worden. 55+’ers vragen zich af of het een contract is met een afgebakende periode, of dat het om volatiele jobs gaat. Dit idee wordt bevestigd door onderzoek, waaruit blijkt dat zeker 55+’ers moeite hebben met de onzekerheid die gepaard gaat met het (opnieuw) betreden van de arbeidsmarkt (Eichhorst et al., 2013).
- ▶ **Negatief imago van uitzendwerk:** De partnerorganisaties geven aan dat er een verkeerd beeld heerst over uitzendwerk. Vaak wordt gedacht dat het gaat om korte jobs van 1 à 2 dagen, terwijl het in realiteit langere opdrachten zijn die niet volatiel zijn. Ook zouden er misvattingen over het loon bestaan. Zo wordt verkeerdelijk gedacht dat werken via een uitzendbureau minder zou verdienen in vergelijking met hetzelfde werk uitvoeren met een vast contract rechtstreeks bij de werkgever. In België krijgt een werknemer met een uitzendstatuut namelijk dezelfde loonvoorwaarden dan mocht deze werknemer dezelfde job op hetzelfde niveau uitvoeren zonder uitzendstatuut. Wel geeft onderzoek aan dat uitzendwerk -gemiddeld- minder goede voorwaarden, inhoud, omstandigheden en verhoudingen kent dan regulier, vast werk (Hermans en Lenaerts, 2020). Dit versterkt de negatieve perceptie.
- ▶ **Negatieve perceptie jonge uitzendconsulenten:** De partnerorganisaties geven aan dat de gemiddelde leeftijd van een uitzendconsulent tussen de 25 en 35 jaar is, wat veraf staat van de leefwereld van de doelgroep. De uitzendconsulenten worden door de 55+’ers gezien als onervaren, oppervlakkig en met een gebrek aan dossierkennis. Dit vertaalt zich naar een laag vertrouwen ten opzichte van uitzendkantoren. Ook onderzoek wijst op deze drempel. Uit onderzoek over 55+’ers in uitzendarbeid (Wiegmans, 2005), blijkt dat ouderen het gevoel hebben dat uitzendconsulenten vooral instaan voor hun eigen leeftijdsgroep, namelijk jongeren. Het verschil in leefwereld brengt andere normen en waarden met zich mee, zoals respect en stiptheid.
- ▶ **Te hoge verwachtingen:** Uit ervaringen van uitzendconsulenten van de partnerorganisaties blijkt dat 55+’ers vaak op zoek zijn naar de job om tot het einde van hun carrière uit te voeren. Ze willen graag een vast contract en verwachten dit ook te vinden. Om de kans op werk te verhogen, is het echter van belang om deze verwachtingen bij te schaven, zo blijkt uit onderzoek (Ceulenaere en Veldhuis, 2011).
- ▶ **Vooroordelen:** Volgens de partnerorganisaties heerst er een negatief beeld in de maatschappij over 55+’ers op de arbeidsmarkt. Ze zouden minder goed op te leiden zijn, minder mee zijn met technologie, en minder flexibel zijn. Ook 55+’ers zijn zich bewust over deze vooroordelen. Uit angst voor het ervaren van deze stereotypering en de bijkomende afwijzing door uitzendconsulenten en werkgevers durft de doelgroep de stap soms niet te nemen.
- ▶ **Negatieve ervaringen:** Sommige 55+’ers hebben al negatieve ervaringen gehad met de uitzendsector, bv. wanneer er onvoldoende aandacht is voor het maken van een kwalitatieve match tussen het profiel en de vacature.
- ▶ **Stigmatisering:** Heel wat ouderen (zeker 65+’ers) ervaren stigmatisering rondom hun wens tot deelname op de arbeidsmarkt. De grote oorzaak hiervan is de pensioenplicht, die aangeeft dat een bepaalde leeftijd gelijk staat met het niet langer capabel zijn om te werken. Hierdoor is er sprake van een vorm van institutionele discriminatie. Het signaal luidt dat je niet meer mee kunt wanneer je ouder bent, er wordt niet gekeken naar de individuele capaciteiten (NU.nl, 2021).
- ▶ **Onzekerheid fiscale gevolgen:** Volgens de partnerorganisaties denken 65+’ers dat het netto niet veel zou opbrengen om nog te gaan werken wanneer dit gecombineerd wordt met het pensioen. Ze zijn onvoldoende op de hoogte van de mogelijkheden op de arbeidsmarkt tijdens het pensioen.



2.2.2 Bij uitzendconsulenten

Ook aan de kant van uitzendconsulenten bestaan enkele drempels. Drempels die zich situeren bij uitzendconsulenten zijn factoren die hen ervan weerhouden om 55+ers succesvol naar een tewerkstelling te kunnen begeleiden.

- ▶ **Vooroordelen:** Volgens de partnerorganisaties hebben de uitzendconsulenten zelf ook vooroordelen over de doelgroep. Dit maakt het moeilijk om (potentiële) werkgevers te overtuigen van de meerwaarde van het aanwerven van een oudere werknemer. Uitzendconsulenten zijn zich ook bewust van de vooroordelen over 55+ers en 65+ers die heersen onder werkgevers, wat maakt dat het een moeilijke opdracht kan zijn om passend werk te vinden voor de doelgroep. Het is belangrijk dat uitzendconsulenten geloven dat het mogelijk is om een passende job te vinden.
- ▶ **Sterk contrast eigen leeftijd:** De partnerorganisaties geven aan dat de gemiddelde leeftijd van uitzendconsulenten (25 à 35 jaar) een belemmerende rol kan spelen. Zij hebben weinig voeling met de specifieke situatie van een 55+er die op die leeftijd (nieuw) werk zoekt.
- ▶ **Onvoldoende inzicht in de mogelijkheden op de arbeidsmarkt:** Partnerorganisaties wijzen erop dat opdrachten voor 55+ers en 65+ers niet voldoende zichtbaar zijn, ook voor uitzendconsulenten.
- ▶ **Beperkte mogelijkheden op de arbeidsmarkt door vooroordelen bij klant-gebruikers:** De vooroordelen die werkgevers (*klant-gebruikers*) hebben over oudere uitzendkrachten maakt dat mogelijkheden op de arbeidsmarkt beperkt zijn, aldus de partnerorganisaties.

2.3. Hefbomen

Maar er zijn ook hefbomen voor de tewerkstelling van 55+ers via uitzendarbeid. Deze kunnen zich situeren bij de doelgroep, of bij uitzendconsulenten. Onderstaande tabel geeft een overzicht.

Tabel 2: Hefbomen bij 55+ers en uitzendconsulenten

55+	Uitzendconsulenten
Toegang tot netwerk	Goede relatie en vertrouwensband met de klant-gebruiker
Erkenning vaardigheden en ervaring – positieve benadering	Zelfde leeftijdsgroep
Goede begeleiding van uitzendconsulenten	Inzicht in mogelijkheden op de arbeidsmarkt
Vasthouden motivatie en geloof in eigen kunnen	Gespecialiseerde bureaus voor ouderen
Gekend zijn bij uitzendconsulent	
Gespecialiseerde bureaus voor ouderen	

2.3.1 Bij 55+ers

Hefbomen bij 55+ers, zijn factoren die 55+ers stimuleren om voor uitzendarbeid te kiezen. Volgende hefbomen kwamen naar voor die de doelgroep stimuleren om een traject naar werk via uitzendarbeid aan te gaan:

- ▶ **Toegang tot netwerk:** In de eerste plaats is een uitzendbureau de manier om toegang te hebben tot de arbeidsmarkt. Volgens de ervaringen van de partners van Travi verliest de doelgroep bij rechtstreekse



sollicitaties namelijk vaak van jongere kandidaten. Bij een uitzendbureau kan men gebruik maken van het netwerk en de expertise van dit bureau.

- ▶ **Erkenning van de vaardigheden en ervaring – positieve benadering:** Uitzendconsulenten zijn erin getraind om de vaardigheden en ervaring van (oudere) uitzendkrachten op een positieve manier te brengen naar de (potentiële) klant-gebruiker, aldus eerder onderzoek (Wiegmans, 2005).
- ▶ **Goede begeleiding van uitzendconsulenten:** Volgens onderzoek kunnen uitzendconsulenten het selectiegedrag van werkgevers (*klant-gebruikers*) beïnvloeden door kwaliteiten van ouderen op een aantrekkelijke manier voor te stellen (Ceulenaere en Veldhuis, 2011). Zo kan de eerste onderhandeling al uit handen worden gegeven, en moet de 55+’er dit eerste gesprek niet zelf voeren. Uitzendconsulenten helpen ook met het samenstellen van een aantrekkelijke CV en motivatiebrief. Deze goede begeleiding kan een stimulans zijn voor de 55+’er om voor een uitzendbureau te kiezen. De uitzendconsulenten kunnen helpen met het versterken van het zelfvertrouwen, de flexibiliteit, en de motivatie van de 55+’er (Wiegmans, 2005). Deze goede voorbereiding en versterking van de sollicitatievaardigheden kunnen als stimulans worden ervaren door 55+’ers.
- ▶ **Vasthouden motivatie en geloof in eigen kunnen:** Volgens onderzoek hebben uitzendconsulenten als taak de uitzendkrachten te bemoedigen, te complementeren en de moed hoog te houden (Wiegmans, 2005). Dit werkt stimulerend voor de uitzendkracht.
- ▶ **Gekend zijn bij uitzendconsulent:** Wanneer de uitzendkracht gekend is bij het uitzendkantoor en de uitzendconsulent een positieve ervaring heeft met het plaatsen van de uitzendkracht, kan dit als een stimulans werken. Uit een eerdere studie komt naar voren dat 55+’ers het idee hebben dat het uitzendbureau zich meer inspande omdat ze eerder in dienst waren bij dat bureau (Wiegmans, 2005).
- ▶ **Gespecialiseerd uitzendbureau:** Een gespecialiseerd uitzendbureau voor ouderen is een stimulans om de stap te zetten naar uitzendwerk. Het verlaagt de drempel, zorgt voor minder schaamte en minder de kans op afwijzing, aldus de partnerorganisaties.

2.3.2 Bij uitzendconsulenten

Hefbomen die zich situeren bij uitzendconsulenten zijn factoren die uitzendconsulenten helpen om 55+’ers succesvol naar een tewerkstelling te begeleiden. Het deskonderzoek en de partners van Travi wezen op volgende hefbomen die zich situeren bij de uitzendconsulenten:

- ▶ **Goede relatie en vertrouwensband met (potentiële) klant-gebruiker:** Bij een goede relatie met (potentiële) klant-gebruikers kunnen uitzendconsulenten actief te werk gaan om vooroordelen over 55+’ers aan te kaarten en weg te nemen (Ceulenaere en Veldhuis, 2011).
- ▶ **Zelfde leeftijdsgroep:** Wanneer de uitzendconsulent ook 55+’er is, is deze vaak beter op de hoogte van de kwaliteiten die een oudere uitzendkracht kan bieden en is er meer begrip en een meer gepaste aanpak., zo wordt bevestigd door eerder onderzoek (Wiegmans, 2005).
- ▶ **Inzicht in mogelijkheden op de arbeidsmarkt:** Het is volgens onderzoek belangrijk dat uitzendconsulenten op de hoogte zijn van alle mogelijkheden die er op de arbeidsmarkt zijn voor oudere uitzendkrachten. Bovendien is het van belang om realistisch te zijn ten opzichte van de 55+’er of 65+’er en aan te geven wat men wel of niet kan verwachten van de uitzendconsulent. Om werkgevers te overtuigen, is het bovendien ook belangrijk dat uitzendconsulenten op de hoogte zijn van eventuele financiële voordelen die verbonden zijn aan het aanwerven van een oudere uitzendkracht (Wiegmans, 2005).
- ▶ **Gespecialiseerde bureaus voor ouderen:** Uit onderzoek blijkt dat het bestaan van gespecialiseerde bureaus gericht op 55+’ers de kansen voor de doelgroep vergroten. Deze gespecialiseerde bureaus beschikken over een goed netwerk en geven kansen aan de doelgroep (Wiegmans, 2005).



EEN AANTAL INSPIRERENDE PRAKTIJKEN M.B.T. 55+'ERS EN UITZENDARBEID

- ▶ 50plus.works: platform in Nederland waarop 50plus werknemers en werkgevers elkaar volledig gratis kunnen vinden. Iedereen kan een loopbaanprofiel aanmaken en zichzelf presenteren of iemand zoeken.
- ▶ FutureLab 50+: een uitdagende, leerzame en vooral inspirerende digitale ontdekkingsreis van 3 Zoom workshops voor werkzoekenden om de digitale vaardigheden en de kansen op de arbeidsmarkt te vergroten
- ▶ Campagnes (bv. "een 55+ is een surplus" van Solvus), positieve verhalen (bv. op websites Nestor, 50plusserswerk.nl, ambassadeurs van Sixies, Federgon)
- ▶ Gespecialiseerde bureaus die meerwaarde van 55+'ers in de kijker zetten (Nestor, Sixies, Martha)
- ▶ 50plusserswerk.nl: Platform in Nederland dat initiatieven gericht op 50-plussers en tewerkstelling samenbrengt
- ▶ Toolbox om 50-plussers naar werk te begeleiden (door het 'The Age and Employment Network' in UK)





3 / Resultaten van het Design Research

In dit hoofdstuk beschrijven we de resultaten van het Design Research, namelijk de Customer Journey Mapping. Er werden 4 persona's afgeleid en voor elk van deze persona's werd een customer journey opgesteld.

3.1. 4 Persona's

Op basis van de analyse van de interviews met de 55+'ers en uitzendconsulenten/experten kwamen vier persona's in de doelgroep (55+'ers, inclusief 65+'ers) naar boven. Deze persona's zijn fictieve personen en representeren een subgroep van 55+'ers in hun traject naar werk via uitzendarbeid.

De persona's werden onderscheiden op basis van twee sleutelvariabelen:

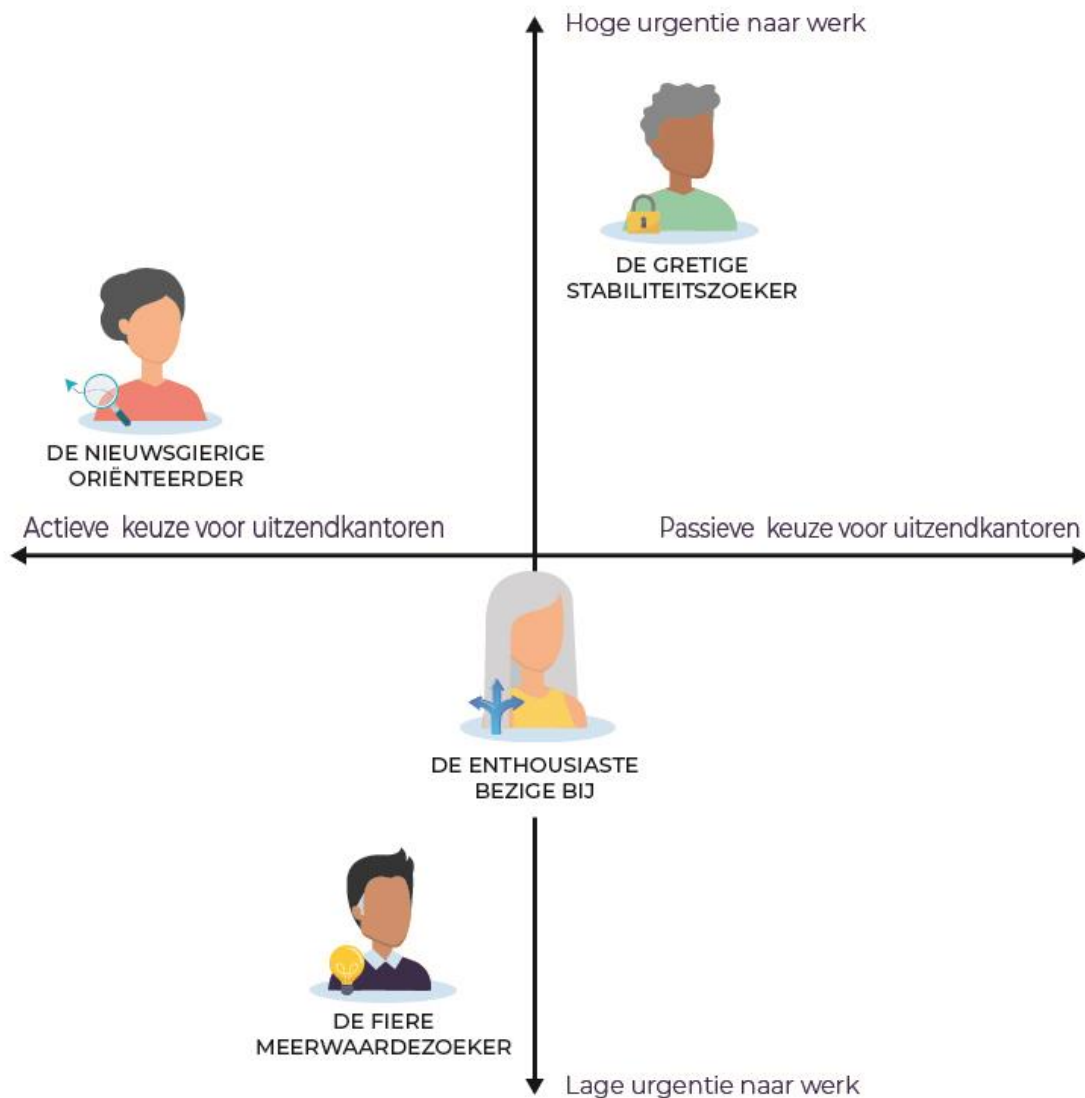
1. De urgentie om werk te vinden (verticale as)
2. De mate waarin er actief voor uitzendarbeid wordt gekozen (horizontale as)

De combinatie van beide bleek bepalend voor de 'mindset' waarmee de 55+'er het traject naar werk via uitzendarbeid start en voor de keuzes die hij of zij maakt in het traject. Dit bracht ons tot 4 persona's die elk een tekende en sprekende naam kregen: de nieuwsgierige oriënteerder, de gretige stabiliteitszoeker, de fiere meerwaardezoeker en de enthousiaste bezige bij. In onderstaande figuur worden de persona's volgens deze sleutelvariabelen gemapt. Deze posities worden in de beschrijving van de persona's hieronder verder geduid.

- ▶ **De nieuwsgierige oriënteerder** heeft een eerder hoge urgentie naar werk, maar neemt wel de tijd om de zoektocht ten gronde aan te gaan. Hij/zij maakt een actieve keuze voor uitzendkantoren omdat hij/zij gelooft dat de uitzendconsulenten hem/haar kunnen ondersteunen om zich te oriënteren op de arbeidsmarkt.
- ▶ **De gretige stabiliteitszoeker** heeft een erg hoge urgentie naar werk omwille van financiële noodzaak. Hij/zij belandt eerder toevallig bij uitzendkantoren (bijvoorbeeld na doorverwijzing via VDAB), en ziet uitzendarbeid vooral als een piste om snel aan een job te komen.
- ▶ **De fiere meerwaardezoeker** zoekt passief naar werk omwille van de inhoudelijke en maatschappelijke meerwaarde dat werk kan bieden. Financieel is er echter geen noodzaak. Hij/zij kiest voor uitzendkantoren omdat ze via uitzendwerk de vrijheid kunnen bewaren maar ook verwachten dat er een goede inhoudelijke match gemaakt kan worden.
- ▶ **De bezige bij** wil absoluut bezig kunnen blijven, ook al heeft hij/zij de leeftijd van (brug)pensioen bereikt. De bezige bij zoekt daarom een flexibele job waarmee hij/zij een beetje kan bijverdienen. Hij/zij ziet uitzendwerk echter vaak als eerder iets voor jonge mensen. Uiteindelijk belandt hij/zij bij een uitzendkantoor wanneer hij/zij er één vindt dat specifiek gericht is op 55- of 65+'ers.



Figuur 2: Mapping van de persona's naargelang sleutelvariabelen



Bron: IDEA Consult en The Argonauts

De persona's worden voorgesteld aan de hand van een "CV" waarin de meest belangrijke informatie samengevat wordt. Het CV beschrijft per persona volgende kenmerken:

1. **Profiel:** persona in een notendop door een passende naam en een quote toe te wijzen.
2. **Motivatie voor werk:** Wat is de motivatie om naar (nieuw) werk te zoeken? Wat is de urgentie?
3. **Houding t.a.v. uitzendarbeid:** Hoe staat het persona tegenover uitzendwerk? Waarom kiest het persona voor uitzendarbeid? Kiest het persona bewust voor uitzendwerk of komt hij/zij er toevallig terecht?
4. **Ambitie:** Wat wil het persona bereiken? Wat is belangrijk voor het persona in het vinden van een nieuwe job?
5. **Bagage:** Welke bagage draagt het persona mee? Welke factoren maken de zoektocht naar (nieuw) werk eventueel moeilijker?
6. **Kracht:** Wat is de kracht van het persona? Welke factoren maken de zoektocht naar (nieuw) werk eventueel gemakkelijker?



BELANGRIJKE KANTTEKENING BIJ HET LEZEN VAN DEZE PERSONA'S

De persona's voegen kenmerken en verhalen van de respondenten samen, en zijn dus niet representatief voor een individu. Het zijn uitgekristalliseerde versies van 55+'ers om zo unieke profielen te creëren waar duidelijke interventies aan gekoppeld kunnen worden. Een 55+'er kan verschillende motivaties hebben om werk te zoeken, de houding t.a.v. uitzendwerk kan evolueren, en heeft een individuele samenstelling van bagage en kracht. Het is belangrijk om te duiden dat eenzelfde 55+'er onder verschillende persona's kan vallen.

Ook is het belangrijk om op te merken dat het geheel van deze persona's **geen** representatieve weergave biedt van de verschillende profielen 55+'ers die het traject naar werk via uitzendarbeid starten. Het onderzoek geeft geen kwantitatief inzicht in het aandeel van elk van de persona's in de totale doelgroep 55+'ers.

Op de volgende pagina's worden de 4 persona's weergegeven.





DE NIEUWSGIERIGE ORIËNTEERDER

“Mijn verwachting is dat het uitzendkantor mij een nieuwe bril op kan zetten, zodat ik kan ontdekken wat er allemaal nog mogelijk is op mijn leeftijd. ”



MOTIVATIE
VOOR WERK

De oriënteerder is ongewild werkloos geworden en voelt een nood om zich te oriënteren op de (nieuwe) arbeidsmarkt. De oriënteerder wil of kan financieel gezien niet werkloos blijven en wil een fijne "nieuwe start" op de arbeidsmarkt nemen.



HOUDING T.A.V.
UITZENDARBEID

De oriënteerder ziet uitzendwerk als een opportuniteit om zich te oriënteren op de arbeidsmarkt en te ontdekken wat op zijn/haar leeftijd en met zijn/haar ervaring nog mogelijk is op vlak van tewerkstelling.

Via uitzendarbeid wil de oriënteerder ondersteund worden om in een breed scala aan jobs een goede match te kunnen vinden.



AMBITIE

- Passend werk vinden om het laatste deel van de loopbaan positief in te vullen
- Wil nu vooral iets doen waar hij/zij zich goed bij voelt, dat "leuk" is
- Staat open om een nieuwe richting te geven aan de loopbaan, maar wil de opgedane ervaring wel graag nog kunnen inzetten en doorgeven



BAGAGE

- Heeft op professioneel vlak een negatieve ervaring of teleurstelling achter de rug (bv. onverwacht ontslag, familiale situaties, medische redenen...)
- Heeft beperkte voeling met veranderende actuele arbeidsmarkt
- Heeft behoorlijk wat verwachtingen en vereisten voor de nieuwe job, zowel m.b.t. jobinhoud als m.b.t. arbeidsvoorwaarden



KRACHT

- Kijkt (met de nodige begeleiding) met een brede blik naar de mogelijkheden op de arbeidsmarkt
- Is overtuigd van eigen kunnen en capaciteiten
- Is bereid om zich bij te scholen en nieuwe competenties aan te leren



DE GRETIGE STABILITEITSCOEKER

“Uitzendarbeid is een instrument om sneller aan een job te komen.”



MOTIVATIE
VOOR WERK

De stabiliteitszoeker is 'actief' op zoek naar werk omwille van financiële noodzaak en belandt toevallig of via doorverwijzing (door VDAB of via vacatures) bij een uitzendkantoor. De stabiliteitszoeker is vaak al een tijdje op zoek naar werk.



HOUDING T.A.V.
UITZENDARBEID

De stabiliteitszoeker beschouwt uitzendarbeid vooral als één van de mogelijke pistes om een nieuwe job te vinden. Voor de stabiliteitszoeker is uitzendarbeid doorgaans niet de eerste piste die hij/zij uitprobeert in de zoektocht naar werk. Dit eerder omdat hij/zij niet bekend is met de dienstverlening van uitzendkantoren, of andere pistes als meer prioritair beschouwt, dan omwille van een negatieve perceptie of ervaring.



AMBITIE

- Prioritair wil de stabiliteitszoeker financiële zekerheid hebben
- Einddoel is om passend vast werk te hebben en stabiliteit te vinden
- Daarnaast wil hij/zij professioneel zelfvertrouwen en de fierheid terugvinden



BAGAGE

- De zoektocht naar werk verloopt moeilijk, waardoor het zelfvertrouwen een deuk heeft gekregen
- Is onzeker over eigen capaciteiten en inzetbaarheid
- Heeft een negatieve, teleurstellende ervaring achter de rug



KRACHT

- Stelt zich flexibel op gezien de nood hoog is. Wil *passend* werk vinden, maar is wel bereid om met een brede blik naar de mogelijkheden te kijken en eventueel een toegeving te doen op vlak van jobinhoud of arbeidsvoorwaarden.
- Staat, voornamelijk omwille van zijn/haar onzekerheid over de inzetbaarheid en mogelijkheden, positief tegenover de mogelijkheid om een job 'te proberen' via een tijdelijk contract en enkel bij een goede match over te gaan tot een vast contract.

PROFIEL



DE FIERE MEERWAARDEZOEKER

“ Ik wil nu relevant zijn en ervoor zorgen dat mijn inspanningen iets opbrengen. ”



MOTIVATIE
VOOR WERK

De meerwaardezoeker houdt zijn ogen open voor een interessante nieuwe tewerkstelling omwille van de inhoudelijke en maatschappelijke meerwaarde die de job kan bieden. Voor de meerwaardezoeker is (nieuw) werk een surplus, er is geen hoge noodzaak.



HOUDING T.A.V.
UITZENDARBEID

De meerwaardezoeker is passief op zoek naar werk en ziet uitzendarbeid als een mogelijkheid om een job te vinden waarin men vrijheid kan bewaren. De meerwaardezoeker verwacht dat het uitzendkantoor een goede inhoudelijke match kan maken.



AMBITIE

- Zoekt een job die (meer) zingeving biedt t.o.v. de huidige situatie (bijvoorbeeld: (brug)pensioen of een tewerkstelling waarin hij/zij niet helemaal tevreden meer is)
- Wil relevant kunnen zijn en/of blijven
- Wil opgedane ervaring/expertise kunnen valoriseren: zoekt een job die inspeelt op verworven competenties



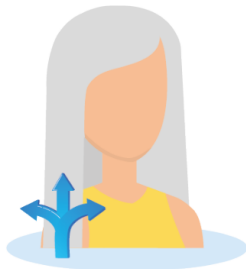
BAGAGE

- Is veeleisend op vlak van jobinhoud, en soms ook sector en/of type onderneming: wil vooral aan de slag in een job die inhoudelijk aansluit bij het afgelegde carrièrepad



KRACHT

- Heeft een mooie carrière achter de rug waarin veel ervaring, expertise en competenties werden opgebouwd
- Is gedreven en gepassioneerd



DE ENTHOUSIASTE BEZIGE BIJ

“ Ik ben nog heel enthousiast en actief. Ik heb al die ervaring en ik wil nog verder doen. Ik ben niet het type om me in de zetel te zetten. ”



MOTIVATIE
VOOR WERK

De bezige bij heeft nog geen zin in (brug)pensioen en zoekt werk om bezig te blijven, en eventueel een beetje bij te verdienen.



HOUDING T.A.V.
UITZENDARBEID

De bezige bij beschouwt uitzendarbeid als een opportuniteit om een job te vinden die de nodige flexibiliteit kan bieden. De bezige bij ziet uitzendarbeid echter ook als eerder iets voor jonge mensen en ondervindt daarom een grote meerwaarde van uitzendbureaus specifiek gericht op 60+'ers.



AMBITIE

- Wil een job die gecombineerd kan worden met andere activiteiten (verenigingsleven, vrijwilligerswerk, zorg voor kleinkinderen,...) en dus past in de eigen planning: bv. enkele dagen per week werken, bepaalde uren in een dag, een specifieke periode in het jaar,...
- Wil kennis en ervaring kunnen doorgeven aan jonge mensen
- Wil zelf nog iets kunnen bijleren en jong van geest blijven
- Wil 'onder de mensen komen' en sociaal contact hebben



BAGAGE

- Is veeleisend op vlak van arbeidsorganisatie: aantal dagen per week, praktisch uurrooster, bereikbaarheid, ...



KRACHT

- Is flexibel t.a.v. jobinhoud, sector, type onderneming, ... zolang het "plezant" is
- Enthousiast
- Bloeit open in sociale en interactieve werkomgevingen
- Staat ervoor open om bij te leren

3.2. 4 Customer Journey's

Voor elk van deze persona's werd het 'traject naar werk via uitzendarbeid' onder de loep genomen. De resultaten hiervan werden samengevat in een customer journey of klantreis, waarbij een compleet beeld gegeven wordt van de ervaringen en de beleving van een persona doorheen dit hele proces.

Het 'traject naar werk via uitzendarbeid' dat de persona's doorlopen, zijn opgesplitst in volgende fasen en stappen (zie [Figuur 3](#)):

1. Start zoektocht naar werk:
 - Identificatie van de nood aan werk
 - Persoonlijke oriëntatie op de arbeidsmarkt
2. Overwegen van uitzendarbeid
 - Persoonlijke oriëntatie jobaanbod
 - Afweging en kennismaking uitzendkantoren
3. Het contact met uitzendkantoren:
 - Inschrijving en profilering
 - Opleiding en begeleiding bij zoektocht
 - Jobmatching
4. Het contact met klant-gebruikers:
 - Sollicitaties
 - Tewerkstelling
 - Opvolging

Figuur 3: De verschillende fasen en stappen van de customer journey



De customer journey brengt de ervaring en beleving van het persona doorheen de verschillende fasen in het traject in kaart. Per fase worden volgende aspecten van de ervaring en beleving in kaart gebracht:

1. **Ervaringen:** Activiteiten en ervaringen van de 55+'er in elke fase.
2. **Raakpunten:** Interactiemomenten tussen de 55+'er en andere individuen (bv. vriend, familielid, ex-werkgever, loopbaanbegeleider, uitzendconsulent, klant-gebruiker, ...) en dragers van contactmomenten (website, e-mail, sociale media, ...).
3. **Ervaringscurve:** Wat voelen de 55+'ers tijdens hun journey, wat zijn de emoties die gepaard gaan met elke fase?
4. **Gedachtegang:** De redeneringen die gemaakt worden en gedachten die meespelen, en die de gevoelens van de vorige laag vatten in woorden. De gedachtegang wordt weergegeven in de vorm van quotes van respondenten.
5. **Drempels:** Hindernissen die de 55+'er ervaart tijdens het traject.

6. **Hefbomen:** Stimulansen die de 55+'er ervaart tijdens het traject.

7. **Opportunities:** Potentiële interventies om 55+'ers beter te ondersteunen in hun traject.

Door de combinatie van verschillende fases en lagen kan de customer journey zowel horizontaal als verticaal onder de loep genomen worden. Dit kan door respectievelijk te focussen op één laag in de customer journey (horizontaal analyseren) of door te focussen op één aspect in de customer journey (verticaal analyseren).

Op de volgende pagina's worden de 4 customer journeys voor elk van de persona's weergegeven. Daarna volgt een algemene customer journey met drempels, hefbomen en opportuniteiten per fase die voor de volledige doelgroep van 55+'ers en 65+'ers gelden.



DE NIEUWGIERIGE ORIËNTEERDER

Fase in de journey

Ervaringen

Wat onderneemt of ervaart de persoon?

Raakpunten

Hoe verloopt de interactie?

Ervaringscurve



DE NIEUWGIERIGE ORIËNTEERDER

Quotes

Waar denkt de persona aan?

Drempels

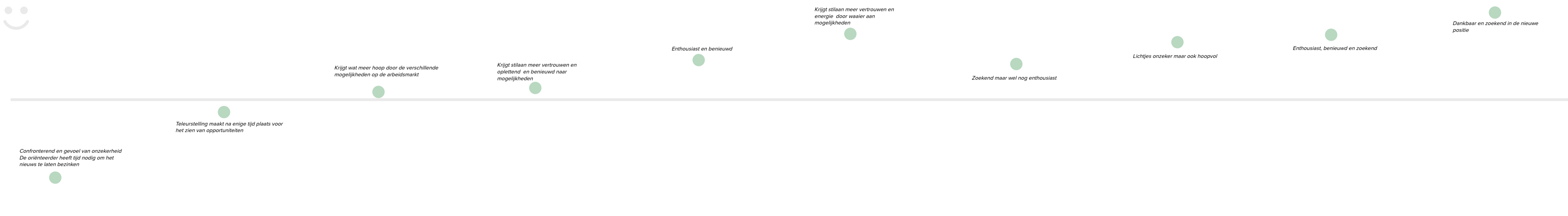
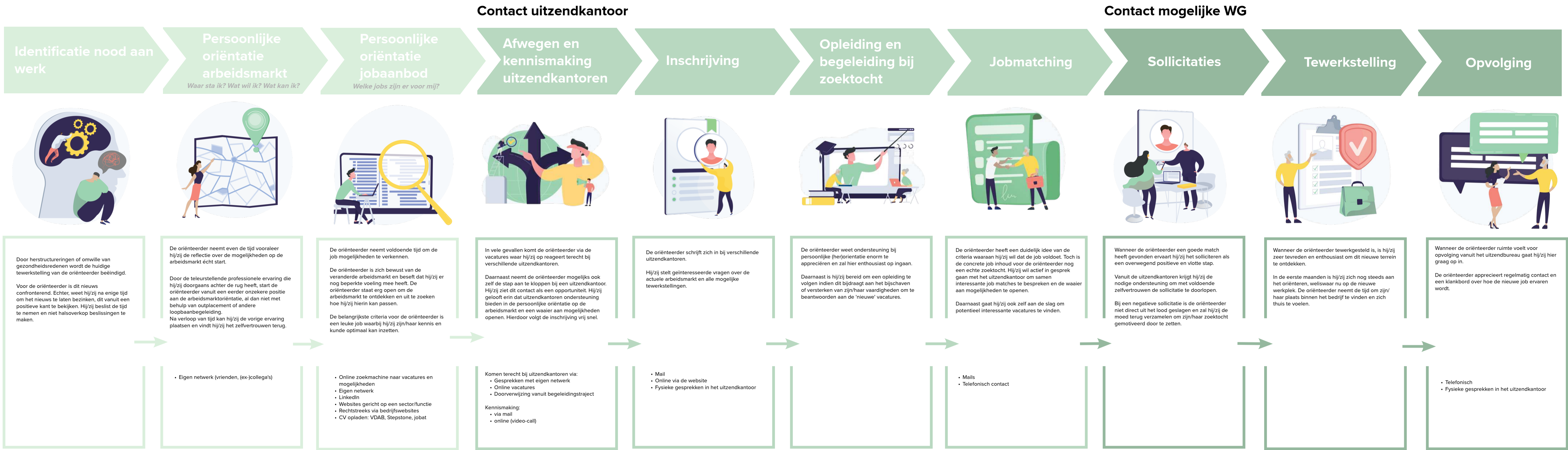
Wat houdt de persoon tegen om verder te gaan?

Hefbomen

Wat motiveert de persoon om verdere stappen te ondernemen?

Opportunities

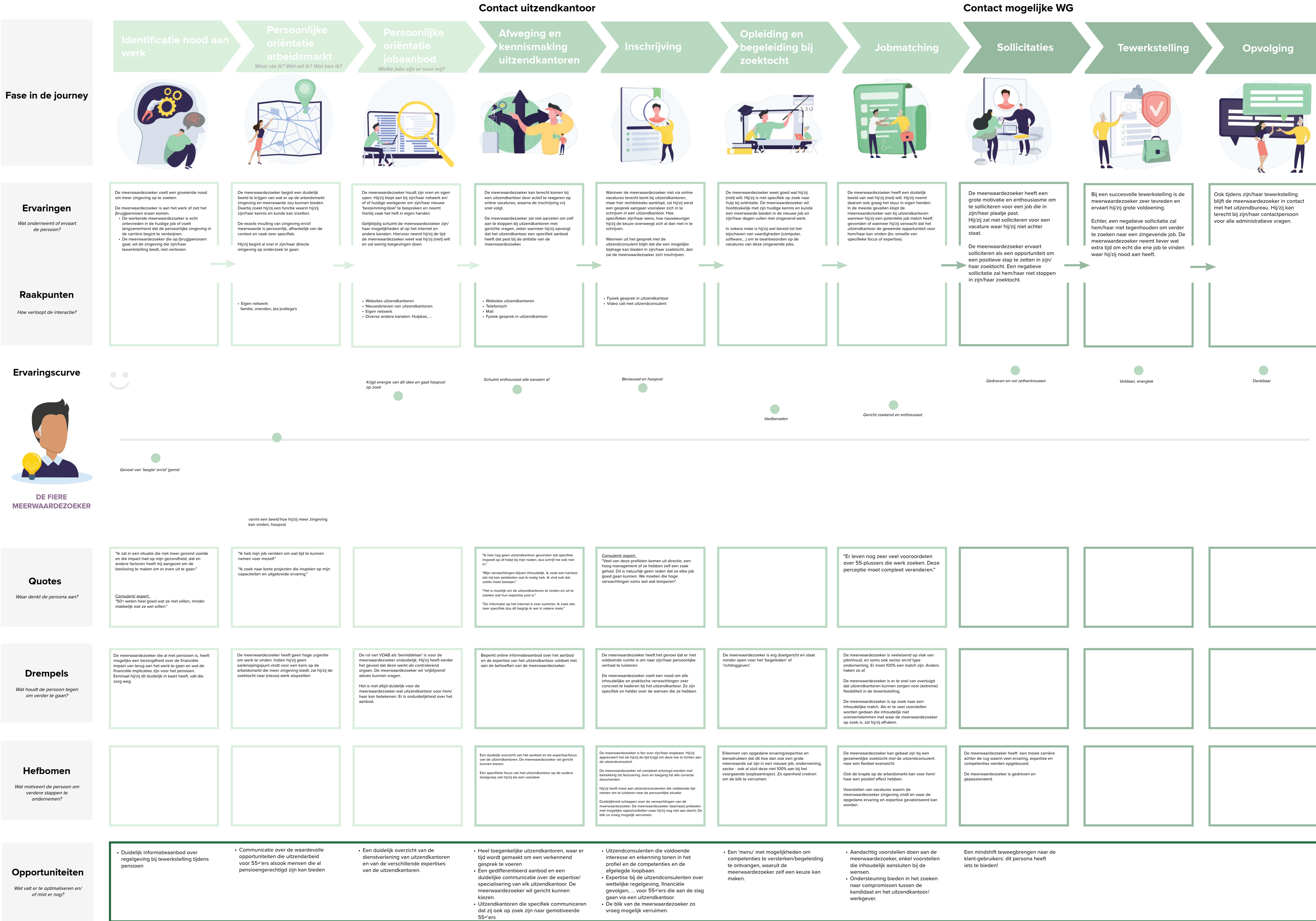
Wat valt er te optimaliseren en/of mist er nog?



<p>"Dit is als een grote schok gekomen. De eerste weken/maanden waren echt even 'heroriënteren op mijn leeftijd'."</p> <p>Waar denkt de persona aan?</p>	<p>"Toen ik ontlast werd omwille van mijn leeftijd heb ik me direct ingeschreven bij een soort begeleiding."</p> <p>"Voor mij als 60-jarige heb ik geen enorm dringende nood aan een nieuwe job. Daarom maak ik mij er ook niet zo druk over, ik leg dit naast mij nee."</p> <p>Consultantexpert: "We moeten deze profielen de kans geven om hun kennis door te geven aan volgende generaties."</p>	<p>"Ik wil voornamelijk nu nog zaken doen die ik fijn en leuk vind om te doen."</p> <p>"Ik deed slechts een oppervlakkige online zoektocht, te (je uitzendconsulenten) weten het beter dan dat ik het weet."</p> <p>Consultantexpert: "Wanneer werkloosheid als voorwaarde komt denken ze niet direct aan uitzendbureaus als mogelijkheid."</p>	<p>"Vanwege mijn leeftijd en de korte periode die ik nog moet werken is een tijdje job zeer interessant, en denk ik dus aan uitzendkantoren."</p> <p>"Op zoek naar de meestrijke manier om werk te zoeken, variërend van de stap makkelijk naar een."</p> <p>"Wat kan ik allemaal gaan doen via een uitzendbureau? Wat zou goed zijn voor mijn pensioen? Kunnen zij mij helpen?"</p> <p>Consultantexpert: "Mijn verwachting is dat het uitzendbureau mij een nieuwe bril op kan zetten, zodat ik kan ontdekken wat er allemaal nog mogelijk is op mijn leeftijd."</p> <p>"De grote positieve ervaring is in ook te controleren, en (je uitzendconsulenten) zullen het je wel vertellen wat er moet gebeuren."</p>	<p>"Soms mijn leeftijd hebben ze mij nodig de vraag gesteld: wat is uw toekomst? Het is natuurlijk wel nu nog een carrière-waak? Dit is een essentieel vraag."</p> <p>"Ze zijn weinig professioneel. Het zijn jonge 'soeples'."</p> <p>"Het komt altijd op hetzelfde neer, ik wil een beetje degelijkheid en alles."</p> <p>"Als je minder 'waakend' zou zijn geweest, had die consultant minder moeite gehad in mijn situatie, dat ben ik van overtuigd."</p> <p>"Dit is een snel en eenvoudig proces, compleet zoals verwacht."</p> <p>"Ik vind het heel erg dat alles online gebeurt (zoals in Corona tijd), zolang ik er in kan meemen kan een pensioen of andere zaken."</p> <p>Consultantexpert: "Ze willen zich presenteren en een gesprek kunnen doen. Ze hebben een andere houding en het is ook niet aan me te vertellen wat er moet gebeuren in een andere manier."</p>	<p>"Ik kan bereid om te wachten maar nodig."</p> <p>Consultantexpert: "Mijn kennis van een aantal jaar met mijn hieluk te spelen, krijgen ze een opleiding en kennis te krijgen van een ander."</p> <p>"De 55-plussers hebben zelf veel vragen, maar omgekeerd hebben ze vaak ook veel te ons vragen. De communicatie verloopt vaak vlotter en danbaarder dan bij andere groepen."</p> <p>"Op andere vlakken zijn 55-plussers flexibelere denk, zij hebben tijd nemen om collega's te helpen..."</p>	<p>"Belangrijk punt, het was iemand van mijn leeftijd die me heeft aangekomen. Ik denk moest dat iemand zijn geweest jonger dan ik, zoals mijn leidinggevende nu, dat ik niet was aangepast."</p> <p>"Ik zet mijn leeftijd niet meer op mijn CV. Ik denk dat dat meetpeelt in de beoordeling van mijn profiel."</p> <p>Consultantexpert: "Ze zijn minder bereid tot overname."</p> <p>"Ze zijn soms niet bereid om 23 uur in een jaar of 6 maanden werktijd van job, terwijl een 60-plussers gemiddeld 5 per week zijn. Dit zou hen kleine mogelijkheden/hoor moeten overtuigen naar het werk toe."</p> <p>"Wie van deze profielen hebben veel ervaring, expertise en skills. De willen ze vaak gebruiken maar zij gaan er nu iets nieuws geven. Ook ik kunnen er opgericht worden."</p>	<p>"De oriënteerder heeft beperkte voeling met de veranderende arbeidsmarkt."</p>	<p>De oriënteerder vindt het confronterend om zijn/haar netwerk aan te spreken, het doet iets met zijn/haar trots. Maar hij/zij verzamelt uiteindelijk wel zijn/haar moed om dit te doen.</p>	<p>Hij/zij heeft inderweeg weinig inzicht in het wettelijk kader rond uitzendbureaus.</p> <p>Hij/zij denkt dat kantoren gericht op 55 plus enkel heel jobs aanbieden.</p>	<p>De oriënteerder zoekt naar een persoonlijke aanpak waarbij hij/zij zijn/haar persoonlijkheid kan laten zien. Meestal wordt hij/zij vaak het gevoel dat daar niet echt de tijd, ruimte of zelfs interesse voor is.</p> <p>Online zijn/haar profiel wordt vaak de oriënteerder ook vragen stellen over hun kennis en ervaringen en/of hoe het met hun kennisniveau of andere zaken verhoudt.</p> <p>De oriënteerder heeft negatieve ervaringen met uitzendkantoren. Hij/zij onderkent een gebrek aan empathie en maatregelen, en aan het gevoel dat er een beetje wordt gezien. Dit kan hij/zij niet zien van de weg, maar het kan hen voorzetten, die weinig ervaring hebben en zich moeilijk kunnen herkennen in de situatie van een 55+er.</p> <p>De oriënteerder heeft het gevoel dat er geen aandacht is op zijn/haar voorbeeld. Hij/zij niet het gevoel te zoeken naar nieuwe contacten.</p>	<p>De oriënteerder geeft (afhankelijk van zijn/haar functie) aan dat scholing rond software een grote uitdaging is. Meer specifieke communicatie tools, en de voorbereiding hierop. Hij/zij vindt dat uitzendconsulenten op basis van het CV moet kunnen inschrijven of haar eerdere kennis is een moedpunt durven aangeven als dat zo is.</p> <p>Soms kunnen kandidaten niet aan de slag vanwege ontbrekende opleidingen of certificaten, ondanks de goedheid die er is. Dit wordt zeer demotiverend.</p> <p>Als de begeleiding van bemiddeldingsinstellingen weinig vruchten afwerft, of de oriënteerder het gevoel krijgt van het kastje naar de muur te worden gegeven, kan dit demotiverend beginnen werken en verleid hij/zij de moed.</p>	<p>De oriënteerder is zeer enthousiast over begeleiding van de uitzendconsulent wanneer deze meedinkt met hem/haar en hem/haar persoonlijk voorbeeld.</p> <p>De oriënteerder kijkt met een brede blik naar de mogelijkheden op de arbeidsmarkt en staat ervoor open om "iets nieuws" een kans te geven.</p> <p>De oriënteerder is bereid zich bij te scholen.</p> <p>Het is belangrijk om de (bijgevoegde) vragen van de oriënteerder indien nodig te temperen en klaarheid te scheppen in wat realistisch is op de huidige arbeidsmarkt.</p> <p>Voor de oriënteerder is het belangrijk dat de uitzendconsulent de opgebouwde expertise en vaardigheden na een lange carrière erkent.</p>	<p>De oriënteerder waardeert een hart onder de riem, uitzendconsulenten die proberen hen een goed gevoel te geven.</p> <p>De oriënteerder geeft de voorkeur aan telefonisch contact met het uitzendkantoor (p.v. via digitale kanalen).</p>	<p>Soms komt er weinig of geen reactie op de CV.</p>	<p>De oriënteerder kan het moeilijk hebben om zich thuis te voelen op een werkloos waar amper andere mensen uit dezelfde leeftijdscategorie aan de slag zijn.</p> <p>Klant-gebruikerfunctie die de opgebouwde ervaring en expertise niet erkent.</p>	<p>Klant-gebruikers die de lange ervaring van de oriënteerder weten te erkennen (bv. via een rol als coach, ...).</p>
---	--	--	--	---	---	---	---	---	---	---	--	---	---	--	--	---

<ul style="list-style-type: none"> Begeleiding die ondersteunt bij de verwerving van een professionele tegenslag en werkt aan de zelfzekerheid van de 55+er, onder meer door de waarde van de opgedane ervaring te benadrukken. Vroeg benadrukken dat er ook op latere leeftijd mogelijkheden zijn om te heroriënteren en om een nieuwe, interessante job te vinden. 	<ul style="list-style-type: none"> Informatie en communicatie waarin duidelijk wordt gemaakt dat 55+ers heel welkom zijn bij uitzendkantoren, alsook dat uitzendkantoren veel opportuniteiten hebben voor 55+ers, en niet alleen tijdelijke jobs of flexjobs. De uitzendkantoren zichtbaar maken in de leefwereld en context van de oriënteerder, bv. via VDA, sociale media, radio, TV, en op straat. Een groot (fysiek) kantoor dat op het eerste zicht veel opties kan bieden, spreekt de oriënteerder aan. 	<ul style="list-style-type: none"> Uitzendkantoor profileren als een dienst waarbij een uitzendconsulent de 55+er kan begeleiden bij het ontdekken van de 'nieuwe' arbeidsmarkt en samen op zoek kan gaan naar een nieuw jobdoelwit. Het uitzendkantoor kan 'nieuwe deuren openen' in de exploratie die de oriënteerder wil ondernemen. Ook kantoor dat op het eerste zicht veel opties kan bieden, i.v.m. pensioengegevens kan beantwoorden en hier bij de zoektocht naar een job rekening mee houdt. 	<ul style="list-style-type: none"> Uitzendconsulenten opleiden in de specificiteit bij de begeleiding van 55+ers: context goed begrijpen, relevante vragen eerst stellen, geruststelling bieden, informatie meegeven over pensioengegevens, etc. Een vaste uitzendconsulent koppelen aan de 55+er. Het vertrouwen opbouwen, zodat de oriëntatie met een heel open mindset kan gebeuren en ook de hoge verwachtingen van de oriënteerder indien nodig kunnen bijgesteld worden. Van naafde tot vandaag meegeven wat ze kunnen verwachten. 	<ul style="list-style-type: none"> Tijd en ruimte voorzien voor begeleiding: fysieke gesprekken, waarin de nodige privacy wordt voorzien en waarvoor voldoende tijd wordt uitgetrokken. Erkennen geven voor de expertise en vaardigheden die reeds werd opgebouwd. Samen met de oriënteerder eventuele opleidingsnoden bepalen en op zoek gaan naar hoe deze ingevuld kunnen worden. 	<ul style="list-style-type: none"> Gerichte vacatures voorstellen aan de oriënteerder, met eventueel een woordje uitleg van de uitzendconsulent over waarom hij/zij denkt dat deze vacature interessant kan zijn voor hem/haar. Bij eventueel interessante opportuniteiten even belten naar de oriënteerder voordat deze worden doorgestuurd, om af te toetsen of hij/zij interesse heeft. Uitzendconsulenten opleiden in hoe zij 55+ers bij klant-gebruikers kunnen aanpakken en de sterktes van oudere werknemers (bv. loyaliteit, veel expertise, ...) kunnen benadrukken. Ook de doelprecedentiering meer bekend maken bij de klant-gebruikers.
--	--	---	--	--	--

DE FIERE MEERWAARDEZOEKER



DE ENTHOUSIASTE BEZIGE BIJ



Fase in de journey

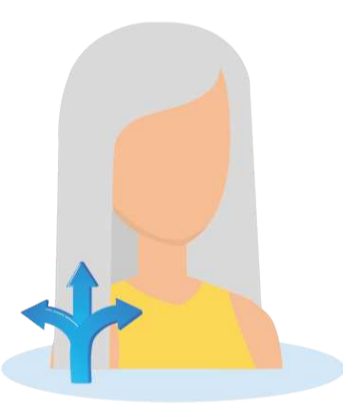
Ervaringen

Wat ondemeemt ofervaart de persoon?

Raakpunten

Hoe verloopt de interactie?

Ervaringscurve



DE ENTHOUSIASTE BEZIGE BIJ

Quotes

Waar denkt de persona aan?

Drempels

Wat houdt de persoon tegen om verder te gaan?

Hefbomen

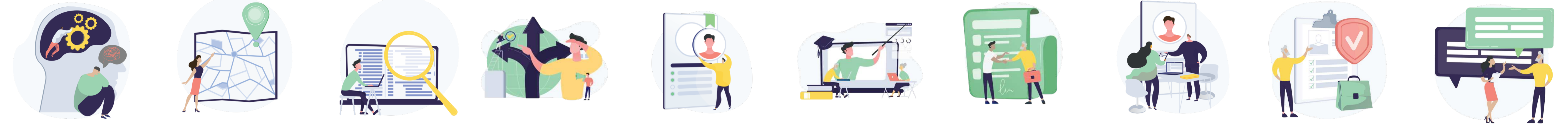
Wat motiveert de persoon om verdere stappen te ondernemen?

Opportunities

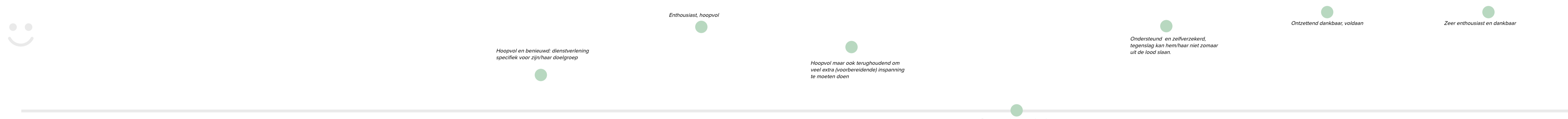
Wat valt er te optimaliseren en/of mist er nog?

Contact uitzendkantoor

Contact mogelijke WG



<p>De bezige bij ziet zijn/haar (brug)pensioendatum dichterbij komen, of is al op pensioen.</p> <p>De bezige bij is echter nog niet klaar om te stoppen met werken. Hij/zij verlangt ernaar om bezig te blijven, sociaal te actief zijn, en ergens toe bij te dragen. Soms zou een groot gemis aan voldoening tweevrengbrengen.</p> <p>Daarnaast wil de bezige bij nog iets betekenen voor de maatschappij.</p>	<p>De bezige begint zo snel mogelijk aan de zoektocht naar een nieuwe bezigheid of job. Hij/zij start het verkennen van zijn/haar opties soms al vooraleer het pensioen van start is gegaan.</p> <p>De bezige bij weet goed wat hij/zij zoekt op vlak van arbeidsorganisatie (bv. een deeltijds of parttime job), maar staat wel heel flexibel tegenvoer de job inhoud. Hij/zij zoekt vooral een 'leuke' bezigheid, waarin de bezige bij idealiter zijn/haar kennis en kunde kan overbrengen aan de volgende generatie.</p>	<p>De bezige bij staat erg open om verschillende kanalen te raadplegen in zijn/haar zoektocht naar werk, maar denkt in eerste instantie niet specifiek aan uitzendkantoren. Hij/zij percipieert uitzendkantoren als eerder gericht op jonge mensen.</p> <p>Verschiede kanalen worden geraadpleegd aangezien hij/zij niet altijd weet waar aanbod te vinden is dat aansluit op zijn/haar specifieke noden en mogelijkheden.</p>	<p>De bezige bij zal niet snel de stap zetten naar een uitzendkantoor. Maar wanneer hij/zij via reclame op diverse media (krant, radio, internet, ...) uitzendkantoren ontdekt die zich specifiek richten op zijn/haar leeftijdsgroep, wordt zijn/haar aandacht getrokken. De bezige bij aarzelt dan ook niet en zet zijn kaarten hierop in.</p> <p>Echter weerhoudt hem/haar dat niet om ook andere platformen te raadplegen (bv. VDAB) of pistes te overwegen (flexi-job, zelfstandige in bijberoep...).</p>	<p>Enmaal de bezige bij een uitzendkantoor heeft gevonden dat hen aanspreekt (vaak is dit een kantoor dat specifiek gericht is op hun doelgroep) neemt hij/zij snel de beslissing zich in te schrijven.</p> <p>Wanneer de bezige bij zich online heeft geregistreerd nemen deze uitzendkantoren proactief contact op en maken tijd voor het persoonlijk verhaal, wat zeer positief onthaald wordt bij de bezige bij.</p>	<p>De bezige bij is bereid om de nodige vaardigheden te te schaven (bv. computer, software, ...) om te beantwoorden op de 'nieuwe' vacatures.</p> <p>Idealiter zou hij/zij wel optimaal kunnen inzetten op hun huidige competenties en kennis. Hij/zij is ervan overtuigd hierin het meeste te kunnen bijdragen.</p>	<p>De bezige bij krijgt vanuit uitzendkantoren zelf potentiële jobmatch(es) binnen, waarop hij/zij enthousiast reageert.</p> <p>Indien het toch geen perfecte match blijkt te zijn (frequentie van de job, inhoud, ...) blijft de bezige bij nog steeds in contact met het uitzendbureau. Hij/zij verliest het vertrouwen niet zo snel.</p>	<p>Wanneer de bezige bij begeleid wordt door een uitzendkantoor dat zich specifiek richt op zijn/haar leeftijdsgroep, heeft hij/zij vertrouwen dat de leefwijze deze werkgever (klant-gebruiker van het uitzendkantoor) goed zal spelen. Dit geeft een zekere mate van rust en boost het zelfvertrouwen. Hierdoor gaat de bezige bij steeds met een vertrouwd gevoel het sollicitatiegesprek aan.</p> <p>Een uitzendkantoor dat niet specifiek gericht is op deze doelgroep zal meer moeite moeten doen om het vertrouwen van de bezige bij te winnen. Daarnaast is extra aandacht nodig om de bezige bij gerust te stellen in de zoektocht naar nieuw werk.</p> <p>Ook hier is de bezige bij niet snel uit zijn/haar lood geslagen indien dit gesprek geen succes is. Bij een positieve ervaring is hij/zij wel uitermate dankbaar en enthousiast voor deze nieuwe uitdaging.</p>	<p>Enmaal aan het werk is de bezige bij ontzettend dankbaar en ervaart hij/zij veel voldoening.</p> <p>In het geval van tewerkstelling waarbij een zekere mate van technologie aan bod komt, voelt de bezige bij een bezorgdheid volledig wegvallen. Zoals reeds op het hart gedrukt zijn de digitale vaardigheden geen probleem voor de tewerkstelling.</p>	<p>Ook na de tewerkstelling kan de bezige bij terecht bij het uitzendkantoor met vragen, waarop zeer snel geantwoord wordt.</p> <p>Het uitzendbureau volgt ook proactief op, zowel bij de bezige bij als bij de klant-gebruiker, en vraagt naar de stand van zaken en hoe alles verloopt.</p>
<ul style="list-style-type: none"> Eigen netwerk 	<ul style="list-style-type: none"> VDAB Eigen netwerk Online zoekmachine 	<ul style="list-style-type: none"> Eigen netwerk Radio Krant Internet Uitzendbureau's zichtbaar in straatbeeld 	<ul style="list-style-type: none"> Website van het uitzendkantoor Video-gesprek Telefonisch Fysiek gesprek Mail 	<ul style="list-style-type: none"> Telefonisch Mail 					

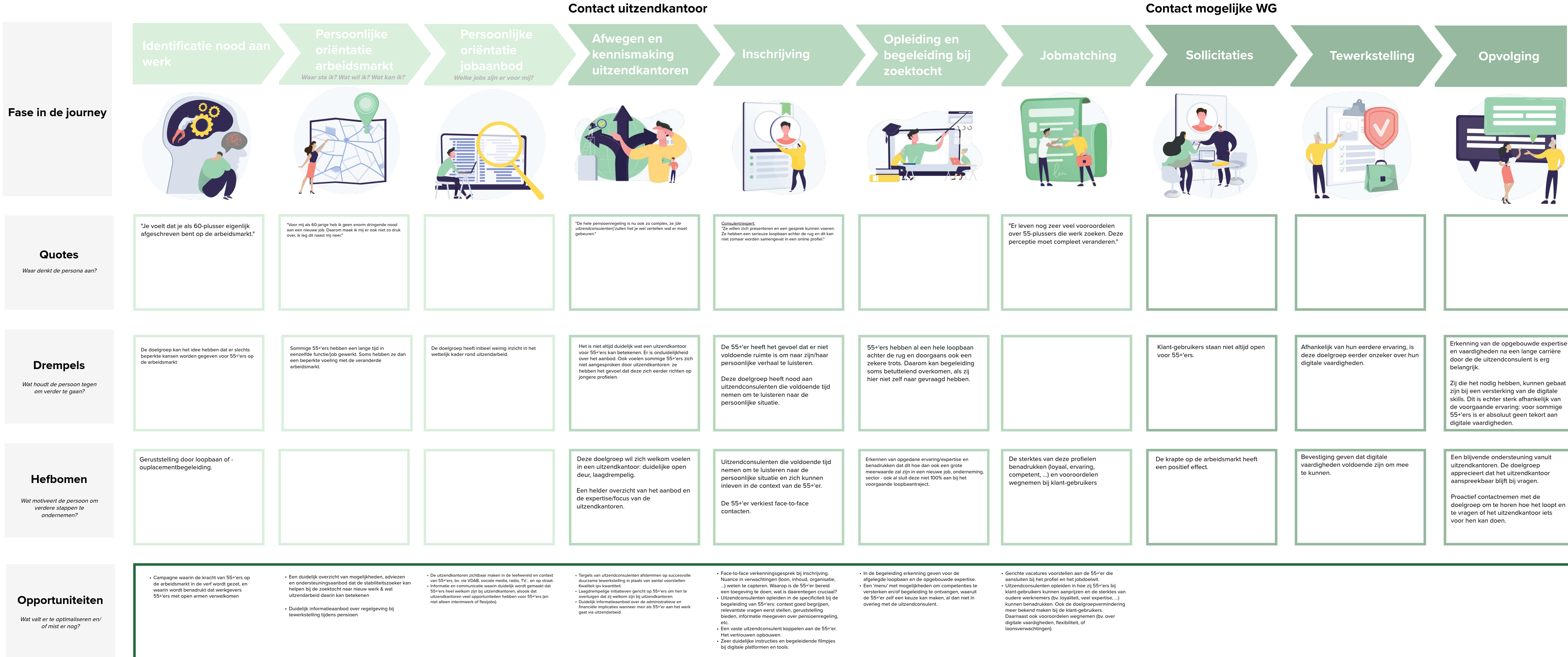


<p>Ontgoocheld door verplichte pensioendatum</p> <p>"Ja, ben ik nog veel te enthousiast en in mijn ogen te jong om niets te doen!"</p> <p>"Ja, voel me nu in een categorie, ik heb dat nog nooit in mijn leven gevoeld, in een categorie die niet meer nodig is."</p> <p>"Op zaken gebaseerd aan belang draagt (aan)veranderingen/haar houden geen rekening met u persoonlijkheid, karakter of uw mogelijkheden..."</p> <p>"Ja, kan er niet anders dan ik 65 geworden ben, ik vind dat eigenlijk een beetje een oeps! in mijn hoofd denk ik eigenlijk een beetje boos!"</p> <p>"Ja, wordt afgeschreven van de ene dag op de andere, en ik wil dat niet!"</p> <p>"Ja, Blijft en de maatschappij moet dat nog meer benadrukt worden dat mensen van 65 niet oud zijn en nog veel te bieden hebben."</p>	<p>Onzeker, geen zicht op de kansen voor zijn/haar leeftijd</p> <p>"Ja heb 40 jaar gewerkt en nu wil ik echt enkel nog de leuker dingen doen, het moet plezant zijn, ik moet er voldoende uit hebben!"</p> <p>"Ja, wat die mijn pensioen gaat kosten en ik heb nog in verschillende jaren mentaal en praktisch te overleven. Ik moet nog even actief blijven!"</p> <p>"Plus ik wil mijn kennis en ervaring doorgeven aan jonge mensen, dat is mijn doel!"</p> <p>"En ik ben zeer geïnteresseerd, ik heb gaarheid om te werken, waarom moet die leeftijd daar zijn een barrière?"</p> <p>Consultatiepunt: "We moeten deze problemen die kans geven om hun kennis door te geven aan volgende generaties."</p>	<p>Teleurgesteld en radeloos, lijkt onmogelijk nog iets te vinden dat beantwoord aan hun noden en zij voor in aanmerking komen</p> <p>"Uitzendkantoren heb ik eigenlijk nog niet gecontacteerd, ik denk dat het wat mijn leeftijd betreft niet aangewezen is omdat zij meer op zoek zijn naar jongere mensen denk ik."</p> <p>"Ja, maar vermaak ik dat dit uitzendkantoor ook andere kandidatuur een persoonlijk gesprek zou geven?"</p> <p>"Ja, was eigenlijk op voorhand heel goed geïnformeerd (bedrijfscampagne van Saxon)"</p> <p>Consultatiepunt: "Het gaat erom op zoek naar mensen. Via onze website hebben mensen zich aan en zo bereiken we deze doelgroep"</p>	<p>Hoopvol en benieuwd: dienstverlening specifiek voor zijn/haar doelgroep</p> <p>"Ja, was wel onder de indruk van het persoonlijk contact, dat ze tijd nemen om me even te spreken"</p> <p>"Wat was voor mij een verrassing, maar ik heb het wel heel hoge loon aan mijn leeftijdsgenoten."</p> <p>"Ja, ben niet doen het en ik ben geen klein kind. En toch komt dat niet meer aan."</p> <p>"Dit verloop top op weg!"</p> <p>Consultatiepunt: "Ze hebben een account aanmaken op onze website. Het moeten ze zelf informatie ingeven. Dit versnort verloop nog al moeten!"</p> <p>"We hebben veel tijd in het persoonlijk inschrijven van de kandidaten. We zijn zo zoek naar het sneller aan. Dit kan wel een bottleneck zijn."</p> <p>"Van 40 jaar is het ook meer een uitdaging. Zij hebben een mindset ervaren waardoor ze zich ook flexibel kunnen openstellen."</p> <p>Consultatiepunt: "Sollicitatieprocedure doet me veel minder, deze doelgroep zou het volgens ons meer appreciëren!"</p>	<p>Enthousiast, hoopvol</p> <p>"Het grote probleem van jonge mensen is dat ze denken die weten het allemaal met jou, ik zal het eens afgeven, maar ik heb het wel heel hoge loon aan mijn leeftijdsgenoten."</p> <p>"Ja, heb ook niet het gevoel dat ik niet de taal doe, zeker niet. Ik heb daar nog steeds contact mee, maar ik heb ook niet het gevoel dat het via Saxon zal lukken."</p> <p>"Ja, heb niet doen het en ik ben geen klein kind. En toch komt dat niet meer aan."</p> <p>"Het respect heeft mijn verwachtingen overtroffen. In wat wil ik ook verwachten maar het niet op een gelukkig."</p> <p>Consultatiepunt: "Sollicitatieprocedure doet me veel minder, deze doelgroep zou het volgens ons meer appreciëren!"</p>	<p>Hoopvol maar ook terughoudend om veel extra (voorbereidende) inspanning te moeten doen</p> <p>"Ja, heb ook niet het gevoel dat ik niet de taal doe, zeker niet. Ik heb daar nog steeds contact mee, maar ik heb ook niet het gevoel dat het via Saxon zal lukken."</p> <p>"Ja, heb niet doen het en ik ben geen klein kind. En toch komt dat niet meer aan."</p> <p>"Het respect heeft mijn verwachtingen overtroffen. In wat wil ik ook verwachten maar het niet op een gelukkig."</p> <p>Consultatiepunt: "Sollicitatieprocedure doet me veel minder, deze doelgroep zou het volgens ons meer appreciëren!"</p>	<p>Doorzettend maar zoekend</p> <p>"Ja, heb ook niet het gevoel dat ik niet de taal doe, zeker niet. Ik heb daar nog steeds contact mee, maar ik heb ook niet het gevoel dat het via Saxon zal lukken."</p> <p>"Ja, heb niet doen het en ik ben geen klein kind. En toch komt dat niet meer aan."</p> <p>"Het respect heeft mijn verwachtingen overtroffen. In wat wil ik ook verwachten maar het niet op een gelukkig."</p> <p>Consultatiepunt: "Sollicitatieprocedure doet me veel minder, deze doelgroep zou het volgens ons meer appreciëren!"</p>	<p>Ondersteund en zelfverzekerd, legenslag kan hem/haar niet zomaar uit de lood slaan.</p> <p>"Ja, heb ook niet het gevoel dat ik niet de taal doe, zeker niet. Ik heb daar nog steeds contact mee, maar ik heb ook niet het gevoel dat het via Saxon zal lukken."</p> <p>"Ja, heb niet doen het en ik ben geen klein kind. En toch komt dat niet meer aan."</p> <p>"Het respect heeft mijn verwachtingen overtroffen. In wat wil ik ook verwachten maar het niet op een gelukkig."</p> <p>Consultatiepunt: "Sollicitatieprocedure doet me veel minder, deze doelgroep zou het volgens ons meer appreciëren!"</p>	<p>Ontzettend dankbaar, voldaan</p> <p>"Ja, heb ook niet het gevoel dat ik niet de taal doe, zeker niet. Ik heb daar nog steeds contact mee, maar ik heb ook niet het gevoel dat het via Saxon zal lukken."</p> <p>"Ja, heb niet doen het en ik ben geen klein kind. En toch komt dat niet meer aan."</p> <p>"Het respect heeft mijn verwachtingen overtroffen. In wat wil ik ook verwachten maar het niet op een gelukkig."</p> <p>Consultatiepunt: "Sollicitatieprocedure doet me veel minder, deze doelgroep zou het volgens ons meer appreciëren!"</p>	<p>Zeer enthousiast en dankbaar</p> <p>"Ja, heb ook niet het gevoel dat ik niet de taal doe, zeker niet. Ik heb daar nog steeds contact mee, maar ik heb ook niet het gevoel dat het via Saxon zal lukken."</p> <p>"Ja, heb niet doen het en ik ben geen klein kind. En toch komt dat niet meer aan."</p> <p>"Het respect heeft mijn verwachtingen overtroffen. In wat wil ik ook verwachten maar het niet op een gelukkig."</p> <p>Consultatiepunt: "Sollicitatieprocedure doet me veel minder, deze doelgroep zou het volgens ons meer appreciëren!"</p>
--	---	---	---	---	--	--	---	--	--

<p>De bezige bij voelt dat de cultuur om 60-plussers langer te laten werken er niet is.</p> <p>Hij/zij krijgt een ontmoedend gevoel doordat hij/zij snel wordt afgeschreven.</p>	<p>De bezige bij twijfelt over zijn/ haar arbeidskansen (door de leeftijd, of bv. zeer kort cv omdat hij/zij hele carrière bij dezelfde werkgever heeft gewerkt, ...)</p> <p>Hij/zij heeft nood aan kennis over wettelijk kader, de regelgeving en alle mogelijkheden rond andere activiteiten na de loopbaan.</p>	<p>De bezige bij bekijkt zijn/haar mogelijkheden ook bij flexi-jobs, echter merkt hij/zij dat deze zich voornamelijk richten op horeca of weekendwerk, dit is niet altijd wat de bezige bij naar op zoek is. De flexi-jobs zijn niet echt afgestemd op hun profiel en vraag.</p>	<p>De bezige bij merkt op dat vele uitzendkantoren zich beperken tot louter contact via mail. Echter voelt hij/zij een nood aan meer persoonlijke aanpak.</p> <p>De bezige bij ziet uitzendwerk als eerder iets voor jonge mensen.</p>	<p>De bezige bij wordt bij momenten in het traject geconfronteerd met ingewikkelde administratie.</p> <p>Hij/zij heeft het gevoel dat er weinig wordt gevraagd naar de persoonlijke situatie. Wanneer de bezige bij in contact komt met uitzendkantoren die niet verder kijken naar het profiel en het diploma voelt hij/zij een zeker gemis en verliest hij/zij het vertrouwen.</p> <p>Digitalisering en online contacten verliepen soms iets moeizamer voor de bezige bij (afhankelijk van de mate waarin ze er in hun vorige job mee te maken kregen).</p>	<p>Afhankelijk van de ervaring van de bezige bij komt het aanbieden van opleidingen voor de CV en sollicitatie-trainingen als betuttelend en onnodig over.</p>	<p>De bezige bij heeft het gevoel minder kansen te krijgen omwille van zijn/haar leeftijd. Hij/zij begrijpt dit wel maar vindt het een spijtig gegeven.</p> <p>De bezige bij is veelseisend op vlak van arbeidsorganisatie: aantal dagen per week, praktisch uurrooster, bereikbaarheid, ... Als de vacature dit niet kan bieden, zal de bezige bij er niet op ingaan.</p>	<p>De bezige bij wordt geconfronteerd met vooroordelen van werkgevers of klant-gebruikers t.a.v. oudere kandidaten. Hij/zij heeft het gevoel weinig kansen te krijgen.</p> <p>Er worden vaak eerder kortdurende jobs 'gematcht' aan de bezige bij. De onzekerheid die bij een kortlopende job komt kijken, kan een drempel vormen om ervoor te gaan.</p> <p>De bezige bij is soms onzeker over digitale vaardigheden.</p>	<p>Bevestiging geven dat digitale vaardigheden voldoende zijn om mee te kunnen.</p> <p>De bezige bij bloeit open in sociale en interactieve werkomgevingen.</p> <p>De bezige bij is het uitzendkantoor enorm dankbaar als er een succesvolle match werd gemaakt.</p>	<p>Een blijvende ondersteuning vanuit uitzendkantoren. De bezige bij apprecieert dat het uitzendkantoor aanspreekbaar blijft bij vragen.</p> <p>Proactief contactnemen met de bezige bij om te horen hoe het loopt en te vragen of het uitzendkantoor iets voor hen kan doen.</p>
<p>De bezige bij voelt zich niet klaar om te stoppen met werken.</p>			<p>De bezige bij kan het enorm appreciëren dat er naar zijn/haar verwachtingen wordt gepeild.</p> <p>Wanneer de bezige bij hoort over een uitzendbureau specifiek gericht op zijn/haar leeftijdsgroep (Sixie) is hij/zij snel overtuigd en schrijft hij/zij zich in.</p> <p>Als de bezige bij reeds eerdere ervaring heeft bij uitzendkantoren is de stap hiernaar toe sneller gezet, zonder al te veel twijfel.</p>	<p>Duidelijkheid scheppen over wat de bezige bij kan verwachten op vlak van de mogelijke flexibiliteit in het jobaanbod.</p> <p>Erkennen van de meerwaarde van de opgedane kennis en ervaring, en de meerwaarde van deze door te kunnen geven aan jonge mensen.</p>	<p>De bezige bij weet het erg te appreciëren dat het uitzendbureau met hem/haar in dialoog gaat. Zo leert hij/zij nieuwe mogelijkheden kennen en dit neemt ook mogelijke twijfels weg.</p> <p>De bezige bij weet het erg te appreciëren dat het uitzendbureau met hem/haar in dialoog gaat. Zo leert hij/zij nieuwe mogelijkheden kennen en dit neemt ook mogelijke twijfels weg.</p> <p>De bezige bij begrijpt dat vacatures wel moeten binnen komen, en beseffen dat uitzendkantoren dit minder in de hand hebben.</p> <p>De bezige bij is flexibel t.a.v. jobinhoud, sector, type onderneming, ... zolang het 'plezant' is</p> <p>De bezige bij is enthousiast</p>	<p>Wanneer de bezige bij wordt ondersteund door de uitzendconsulent tijdens het sollicitatiegesprek met de klant-gebruiker, wordt dit geapprecieerd. Naar zijn/haar aanvragen is dat niet noodzakelijk maar wel aangenaam.</p> <p>De bezige bij is niet snel uit zijn/haar lood geslagen.</p> <p>De bezige bij staat ervoor open om bij te leren op de nieuwe werkvloer.</p>			

<ul style="list-style-type: none"> Goed informatieaanbod voor mensen op pensioene leeftijd over de mogelijkheden na pensioene leeftijd. Proactief de angst wegnemen en deze mensen warm maken om nog actief te blijven. HR-afdeling aanspreken om voldoende op tijd het gesprek te voeren rond wat er na het pensioen komt 	<ul style="list-style-type: none"> Communicatie over de waardevolle opportuniteiten die uitzendarbeid voor mensen die al pensioengerechtigd zijn kan bieden Goed informatieaanbod over de regelgeving om pensioen en tewerkstelling te combineren 	<ul style="list-style-type: none"> Duidelijke communicatie dat mensen op pensioene leeftijd in allerlei sectoren en type jobs een plaats kunnen vinden en meerwaarde kunnen bieden. De rol die uitzendkantoren daarin kunnen spelen benadrukken. 	<ul style="list-style-type: none"> Heel toegankelijke uitzendkantoren, waar er tijd wordt gemaakt om een verkennend gesprek te voeren Uitzendkantoren die specifiek communiceren dat zij ook opportuniteiten zoeken voor mensen op pensioene leeftijd die nog bezig willen blijven. 	<ul style="list-style-type: none"> Face-to-face verkenningssprek bij inschrijving Zeer duidelijke instructies en begeleidende filmpjes bij digitale platformen en tools. Goed informatieaanbod over de regelgeving en nodige administratie. Zoveel mogelijk administratieve last uit handen nemen. 	<ul style="list-style-type: none"> Een 'menu' met mogelijkheden om competenties te versterken en/of begeleiding te ontvangen, waaruit de bezige bij zelf een keuze kan maken.
---	---	---	---	---	--

Algemeen - alle 55+'ers





4 / Conclusies en aanknopingspunten voor het actieplan

In het laatste hoofdstuk vatten we de belangrijkste conclusies samen over de context van 55+’ers in een traject naar werk via uitzendarbeid, alsook de hefboomen en de drempels voor 55+’ers doorheen dit traject, die op basis van de verkenning en het design research werden getrokken.

We sluiten af met de aanknopingspunten voor het actieplan dat Travi op basis van dit onderzoek zal uitwerken om de inclusie van 55+’ers in de uitzendsector verder te versterken.

4.1. Conclusies

We vatten de conclusies samen volgens een aantal belangrijke dimensies in het traject naar werk via uitzendarbeid van de doelgroep 55+’ers. Het gaat om de hefboomen en drempels die een rol spelen bij:

- ▶ De context waarin 55+’ers dit traject aangaan;
- ▶ Het overwegen van uitzendarbeid;
- ▶ Het contact met uitzendkantoren;
- ▶ Het traject naar tewerkstelling.

4.1.1 De context

Vooreerst is het belangrijk om enkele elementen uit de context van de 55+’er die op zoek gaat naar werk via uitzendarbeid in acht te nemen.

55+’ers die op zoek zijn naar werk hebben vaak een negatieve ervaring moeten verwerken

Voor 55+’ers die onverwacht en/of ongewild werkloos zijn geworden, is deze gebeurtenis vaak een echte ‘schok’. Het vergt tijd om deze gebeurtenis te plaatsen. Ook ervaren de 55+’ers een taboe om op latere leeftijd nog de job te verliezen, en zijn zij in hun directe omgeving niet of beperkt omringd met andere 55+’ers die in dezelfde situatie zitten. Daarenboven leeft ook sterk het idee (en dat is deels ook terecht), dat er op de arbeidsmarkt beperkte kansen worden gegeven aan 55+’ers. Al deze gevoelens kunnen ontmoedigend en verlamdend werken, en een grote onzekerheid met zich meebrengen.



Drempels eigen aan de situatie van 55+'ers met een hoge en met een lagere urgentie om nieuw werk te vinden

Daarnaast, zoals wordt weerspiegeld in de persona's, zijn er zowel 55+'ers met een hoge urgentie om werk te vinden als 55+'ers met een lagere urgentie om werk te vinden. In beide situaties zijn er enkele belangrijke drempels die mogelijks een rol kunnen spelen:

- ▶ Voor sommige 55+'ers die zonder werk zijn gevallen, is de financiële nood om werk te vinden groot. Doorgaans zijn deze mensen echter erg onzeker, bijvoorbeeld door een beperkte voeling met de veranderde arbeidsmarkt, vrees voor beperkte inzetbaarheid, of angst om niet meer mee te kunnen.
- ▶ Voor andere 55+'ers is er een lagere urgentie om nieuw werk te vinden, omdat het pensioen in aantocht is. Als zij geen aanknopingspunt vinden voor een kans op de arbeidsmarkt die meer zingeving biedt, zullen zij de zoektocht naar (nieuw) werk stopzetten.

4.1.2 Bij het overwegen van uitzendarbeid

Laten we dan even inzoomen op de fase waarin 55+'ers een zoektocht naar een nieuwe job aangaan. Hierbij kunnen zij al dan niet uitzendarbeid overwegen. Een aantal belangrijke hefboomen en drempels kwamen hierbij naar boven.

55+'ers worden te weinig aangesproken door uitzendarbeid

55+'ers moeten zich aangesproken voelen door het aanbod van uitzendkantoren. Het idee leeft dat uitzendarbeid vooral 'iets voor jonge mensen' is. Men gaat er soms vanuit dat er voor hen via uitzendkantoren weinig kansen zullen zijn. Dit kan de 55+'ers ervan weerhouden om uitzendarbeid te overwegen. Uit de interviews blijkt ook dat omgekeerd, wanneer de 55+'ers een uitzendkantoor ontdekken dat specifiek gericht is op deze oudere leeftijdsgroep, zij snel overtuigd zijn. Het geeft een vertrouwd en rustig gevoel. Het is dus belangrijk dat uitzendkantoren 55+'ers aanspreken en hen ervan overtuigen dat zij hen kansen zullen geven en de nodige ondersteuning kunnen aanbieden.

Nood aan een laagdrempelige, open deur voor 55+'ers

Heel wat 55+'ers die op zoek moeten gaan naar werk, voelen zich onzeker en zijn vertwijfeld. Er is nood aan een laagdrempelige en duidelijke open deur. Zo is het voor sommige 55+'ers belangrijk om binnen te kunnen stappen zonder afspraak, of om het kennismakingsgesprek 'live' te kunnen doen. Een warme verwelkoming, en de mogelijkheid om vrijblijvend advies te kunnen vragen, zijn belangrijk. Ook blijkt uit het onderzoek dat het een meerwaarde blijft dat uitzendkantoren zichtbaar zijn in het straatbeeld: het verhoogt de herkenbaarheid van uitzendarbeid, waardoor het sneller als een optie wordt beschouwd.

Onduidelijkheid over het aanbod en regelgeving kan belemmerend werken

Daarnaast komt uit de interviews naar voor dat er onduidelijkheid is over het aanbod van uitzendkantoren. Zowel het soort vacatures waarop een bepaald uitzendkantoor zich richt, als de dienstverlening die wordt aangeboden t.a.v. uitzendkrachten (de begeleiding, opleiding, ondersteuning, ...) is niet altijd helder. Daarenboven heeft de doelgroep initieel weinig inzicht in het wettelijk kader rond uitzendarbeid en de effecten op de pensioenregeling. Er is nood aan een duidelijk overzicht van de dienstverlening en de expertise/focus van de uitzendkantoren en aan een toegankelijk informatieaanbod. De 55+'er wil geïnformeerd en gericht kunnen kiezen en bevestiging vinden dat het uitzendkantoor een passende dienstverlening zou kunnen aanbieden.

Uitzendkantoren kunnen wel voldoen aan de behoeften van de doelgroep, alleen is niet iedereen daarvan op de hoogte

Tot slot is uitzendarbeid voor veel 55+'ers geen 'top of mind' piste om werk te vinden. Toch blijkt uit de interviews dat heel wat andere 55+'ers toch ook bewust voor uitzendarbeid kiezen. Dit omwille van verschillende redenen:



- ▶ Sommigen hopen dat de uitzendkantoren de mogelijkheden kunnen opentrekken en toelaten om nieuwe opties te verkennen;
- ▶ Sommigen hopen net dat ze een heel afgelijnde opportuniteit kunnen aanbieden door het grote netwerk van werkgevers;
- ▶ Anderen zien uitzendarbeid vooral als een piste om sneller aan werk te komen;
- ▶ Nog anderen denken vooral aan uitzendarbeid omwille van de flexibiliteit die ze hopen te kunnen vinden.

Er ligt een grote opportuniteit in het inspelen op deze behoeftes en in de verf zetten dat het aanbod van uitzendkantoren hier perfect aan tegemoet kan komen.

4.1.3 In het contact met uitzendkantoren

Ook in het contact met uitzendkantoren, en specifiek de uitzendconsulenten, zijn enkele elementen in de dienstverlening t.a.v. 55+ers belangrijk.

55+ers vragen een persoonlijke benadering met diepgang en hebben nood aan geruststelling

Allereerst verkiest de 55+er face-to-face contacten boven online raakpunten, zoals inschrijvingen via digitale platformen. Voor sommige 55+ers vormt het digitale aspect een drempel door beperkte digitale vaardigheden. Maar het face-to-face contact is vooral belangrijk gezien de behoefte aan een persoonlijke benadering. Digitale platformen en online inschrijvingen laten dit minder toe.

De nood aan een persoonlijke benadering staat voor de doelgroep centraal. 55+ers hebben een hele loopbaan achter de rug en vinden het belangrijk om deze te kunnen toelichten. Ook is het voor hen belangrijk om de wensen en verwachtingen bij een nieuwe job met nuance te kunnen kaderen. Deze zijn immers niet zo strikt vast: zo kunnen de loonsverwachtingen bij een job met meer flexibiliteit of bij een sterke inhoudelijke match bijvoorbeeld lager liggen.

Tot slot is er door de vaak hoge onzekerheid, onwetendheid en bezorgdheid een grote nood aan geruststelling en een aanpak op maat. De doelgroep apprecieert dat het uitzendkantoor aanspreekbaar blijft bij vragen, ook na de plaatsing.

Jonge uitzendconsulenten hebben soms beperkte voeling met de situatie van 55+ers

Een drempel bij de begeleiding van 55+ers via uitzendkantoren, is dat uitzendconsulenten vaak jonge mensen zijn en beperkte voeling hebben met de situatie van een 55+er. Vooral bij jonge uitzendconsulenten ervaren 55+ers al eens een gebrek aan inlevingsvermogen in de situatie van de 55+er. Zij merken op dat ze bijvoorbeeld weinig tijd krijgen om de opgedane ervaring toe te lichten, dat er irrelevante vragen worden gesteld of er geen inzicht is in de noden van iemand die 'het laatste stuk' van zijn/haar loopbaan wil invullen versus iemand die nog maar pas de arbeidsmarkt betreedt.

Het is daarbij ook belangrijk dat de 55+er erkenning ervaart van de loopbaan die hij/zij al heeft afgelegd. Dit zowel in de begeleiding (bv. de tijd krijgen om de loopbaan toe te lichten aan de uitzendconsulent), als bij de jobmatching (bv. voorstellen van vacatures waarin de opgedane ervaring en expertise gevaloriseerd kan worden.).

55+ers hebben nood aan een vertrouwensband met de uitzendconsulent die hem/haar begeleidt

Tot slot kan de 55+er tijdens het kennismakingsgesprek (maar ook bij eventuele opvolggesprekken), nood hebben aan een veilige omgeving waar hij/zij zijn/haar verhaal met een zekere privacy kan vertellen. Zoals eerder aangehaald is het verliezen van de job voor sommige 55+ers als een schok aangekomen en kunnen zij een zeker taboe over deze situatie ervaren. Daarbovenop zijn er soms veel wissels in uitzendconsulenten, die niet op de hoogte zijn van het profiel en afgelegd traject. Dan moet de 55+er het verhaal soms wel 3 of 4 keer opnieuw doen. Dat is zeker frustrerend voor de 55+ers die al een tijdje vruchteloos op zoek zijn naar werk.



4.1.4 In het traject naar tewerkstelling

Tot slot komen belangrijke drempels en hefbomen voor 55+'ers in het ondersteuningsaanbod, de jobmatching en de tewerkstelling zelf naar voor.

Risico dat begeleidingsaanbod betuttelend overkomt bij de doelgroep 55+'ers

Belangrijk om rekening mee te houden in het ondersteuningsaanbod voor 55+'ers bij de zoektocht naar een tewerkstelling, is dat begeleiding sneller betuttelend kan overkomen. 55+'ers hebben heel wat levens- en werkervaring opgebouwd en hebben daarover doorgaans ook een zekere trots. Wanneer uitzendconsulenten dan te sturend een zekere begeleiding of opleiding (zoals opmaak CV, sollicitatievaardigheden, opleiding digitale skills, ...) voorstellen, kan de 55+'er dit als betuttelend ervaren, zeker als de 55+'er hier zelf niet naar gevraagd heeft.

Toch kan het aanbod van uitzendkantoren tegemoetkomen aan belangrijke begeleidingsnoden van de 55+'ers

Toch zijn er belangrijke begeleidingsnoden:

- ▶ Sterk afhankelijk van de voorgaande ervaring (!), kan er nood zijn aan het versterken van de digitale skills;
- ▶ 55+'ers kunnen het soms moeilijk hebben om te weten hoe en welke van de opgedane ervaring en competenties ze vooral in de verf moeten zetten;
- ▶ 55+'ers hebben vaak nood aan geruststelling: geruststelling dat ze mee zullen kunnen, dat er kansen zijn op de arbeidsmarkt, dat ze in zichzelf mogen geloven, ...;
- ▶ Sommige 55+'ers zijn onzeker over de eigen inzetbaarheid, zijn onwetend over de veranderde arbeidsmarkt, of zijn op zoek naar nieuwe (ongerepte) loopbaanrichtingen. Voor hen is een begeleiding bij de joboriëntatie een grote meerwaarde.

Nood aan jobmatching en opvolging op maat van het individu

Ook bij de jobmatching zijn er enkele belangrijke aandachtspunten. Zo heeft de doelgroep nood aan een persoonlijke benadering, op maat van het individu. Bij het voorstellen van vacatures is het daarom belangrijk dat de voorstellen aansluiten bij de wensen en verwachtingen die in de gesprekken met de uitzendconsulent werden afgelijnd.

Ook is het belangrijk dat uitzendconsulenten de sollicitaties met een zekere zorgvuldigheid en betrokkenheid opvolgen. Sommige 55+'ers hebben al heel wat applicaties en sollicitatiegesprekken achter de rug die nergens toe geleid hebben (zowel zelfstandig als via uitzendkantoren). Als zij keer op keer een negatief (of simpelweg geen) antwoord krijgen, gaat de motivatie, het vertrouwen en de zelfzekerheid sterk naar beneden.

Een zekere inflexibiliteit kán aanwezig zijn, al is dat zeker niet altijd het geval en is een genuanceerde benadering belangrijk

Hoewel dit heel vaak onterecht wordt verondersteld, is het soms zo dat 55+'ers te rigide aan de zoektocht beginnen. Dit hangt echter zeer sterk af van het individu.

- ▶ Omdat de 55+'er een hele carrière achter de rug heeft, en daarbij een zekere werk- en levensstandaard heeft opgebouwd, kan hij/zij dit ook bij een volgende tewerkstelling willen kunnen aanhouden. Dit kan een zekere veeleisendheid en (te) hoge verwachtingen, op vlak van arbeidsvoorwaarden, met zich meebrengen. Toch is het belangrijk om de nuance in de verwachtingen te capteren. Zoals gezegd, zijn ze vaak bereid een compromis op vlak van arbeidsvoorwaarden te maken als de inhoudelijke match erg goed zit.
- ▶ Sommige 55+'ers hebben een eerder inflexibele houding t.a.v. de jobinhoud. Soms omdat ze heel goed weten wat ze willen. Dan moet er een 100% match zijn of ze haken af. Bij andere 55+'ers net omdat ze heel onzeker en risico-avers zijn. Zij hebben nood aan geruststelling en begeleiding om uit de comfortzone te



stappen. Toch zijn er ook heel wat 55+'ers die zich net heel flexibel opstellen t.a.v. jobinhoud en het vooral belangrijk vinden dat ze zich goed voelen in de job.

Vooroordelen over 55+'ers moeten worden weggenomen

Tot slot, een heel belangrijke drempel voor de doelgroep bij het traject naar een tewerkstelling. Er leven vooroordelen over 55+'ers. Sommige klant-gebruikers staan niet of beperkt open voor deze groep. Het is belangrijk dat uitzendconsulenten weten hoe ze de sterktes van deze profielen bij klant-gebruikers kunnen benadrukken (loyaal, ervaren, competent, ...) en vooroordelen (bv. inflexibiliteit, gebrek aan digitale skills, ...) kunnen wegnemen.

4.2. Aanknopingspunten voor het actieplan

Vanuit een analyse van de drempels en hefbomen konden opportuniteiten worden geïdentificeerd om het traject naar werk via uitzendarbeid voor 55+'ers nog te versterken. Een workshop met stakeholders bood hiervoor de nodige inspiratie. Deze opportuniteiten vormen het startpunt voor een vervolgtraject waarin Travi, begeleid door The Argonauts en IDEA Consult, de opportuniteiten zal concretiseren in acties die zullen worden opgenomen in een actieplan.

Deze aanknopingspunten komen tegemoet aan de drempels en hefbomen die in het onderzoek werden geïdentificeerd en werden samengevat in de conclusies. Daarom worden deze aanknopingspunten gestructureerd in dezelfde 4 dimensies:

- ▶ De context waarin 55+'ers het traject naar werk aangaan;
- ▶ Het overwegen van uitzendarbeid;
- ▶ Het contact met uitzendkantoren;
- ▶ Het traject naar tewerkstelling.

4.2.1 De context

De aanknopingspunten ter verbetering van de inclusie van 55+'ers richten zich op enkele drempels en hefbomen die we in de context van 55+'ers in een traject naar werk via uitzendarbeid identificeerden.

Peer-to-peer verhaal versterken zodat 55+'ers zich niet 'alleen' voelen in hun situatie

Heel wat 55+'ers die zonder werk vallen, voelen zich alleen in deze situatie. Dit kan angst, onzekerheid en moedeloosheid met zich meebrengen. Daar kunnen uitzendkantoren op inspelen door het peer-to-peer verhaal te versterken en groepssessies of workshops te organiseren waarin ervaringen kunnen worden gedeeld. Er wordt gedacht aan groepssessies met andere 55+'ers, workshops met 55+'ers en jongeren samen, of workshops met 55+'ers en uitzendconsulenten.

Taboe doorbreken en onzekerheid wegnemen door de onmisbare kracht van 55+'ers op de arbeidsmarkt in de verf te zetten

Er kan ingespeeld worden op het taboe en de onzekerheid die werkzoekende 55+'ers ervaren door communicatie waarin wordt benadrukt dat 55+'ers niet afgeschreven zijn op de arbeidsmarkt, integendeel, dat zij net een onmisbare waarde hebben voor de arbeidsmarkt.

- ▶ "Zilver" kan een sprekend kernwoord zijn in de communicatie (zo werden ideeën als the Silver Superheroes, Silverliners of goldliners, gouden of zilveren jaren, "Silver ones", zilveren sterren verdienen met uitzendwerk geopperd).



- ▶ Ook kan het werken met oudere rolmodellen of 55+ influencers de doelgroep ervan overtuigen dat er nog heel wat kansen zijn voor hen op de arbeidsmarkt, en dat uitzendkantoren hen daarbij kunnen ondersteunen. Succesverhalen moeten in de verf worden gezet.
- ▶ Daarnaast kan de ervaring sterker gewaardeerd worden, zowel in de communicatie (bv. “superkracht” door ervaring, “ervaringsdeskundige”) als in de mogelijkheden die er worden gecreëerd (bv. oudere uitzendkrachten ‘mentor’ maken op werkplek voor jongere startende uitzendkrachten, werkende 55+’ers als coaches voor jongeren, ...).
- ▶ Duidelijke communicatie dat mensen op pensioenleeftijd in allerlei sectoren en type jobs een plaats kunnen vinden en meerwaarde kunnen bieden. De rol die uitzendarbeid daarin kan spelen benadrukken.
- ▶ Geruststelling bieden, bijvoorbeeld door de “testyourselfie” tool² van Travi te herwerken op maat van 55+’ers.
- ▶ Andere ideeën: “uitzendwerk zoals het is ...”

4.2.2 Bij het overwegen van uitzendarbeid

Ook in de fase van het overwegen van uitzendarbeid bij de zoektocht naar een nieuwe job, komen verschillende opportuniteiten naar voor.

55+’ers overtuigen dat uitzendarbeid er voor hen is

Uitzendarbeid is te weinig ‘top of mind’ bij 55+’ers, die niet altijd overtuigd zijn dat uitzendkantoren ook hen kunnen helpen. Daarom vormt communicatie en promotie dat 55+’ers overtuigt van de meerwaarde van uitzendkantoren in hun zoektocht naar werk een opportuniteit. Informatie en communicatie waarin duidelijk wordt gemaakt dat 55+’ers heel welkom zijn bij uitzendkantoren, alsook dat uitzendkantoren veel mogelijkheden kunnen bieden voor 55+’ers, en niet alleen via tijdelijke jobs of flexijobs.

Concreet wordt bijvoorbeeld gedacht aan:

- ▶ Representatie van 55+’ers in het gebruik van foto’s op website, in folders, in het kantoor, ...;
- ▶ Marketingcampagne die zich richt op 55+’ers;
- ▶ 55+’ers via sociale media bereiken;
- ▶ Aan de hand van storytelling de mogelijkheid om via uitzendarbeid een traject naar werk aan te gaan benadrukken;
- ▶ Video, brochure, steekkaarten;
- ▶ Gamificatie (bijvoorbeeld een bordspel) waarin uitzendarbeid centraal staat.

Daarbij raden we aan om specifiek in te spelen op de behoeften die 55+’ers kunnen hebben. Zij hebben onder andere nood aan: begeleiding bij heroriëntatie, nieuwe deuren openen, begeleiding en geruststelling, “snel” een nieuwe passende job vinden, flexibiliteit, een breed netwerk van mogelijke werkgevers, ... Daarnaast is de kracht van de uitzendconsulenten in het “gladmaken” van de weg naar een tewerkstelling een grote meerwaarde die in de verf kan gezet worden.

² Een online tool voor jongeren die het belang van soft skills op de arbeidsmarkt onderstreept (www.testyourselfie.eu).



Slim en krachtig woordgebruik om de 55+'ers positief te benaderen

Er kan ingespeeld worden op eventuele gevoelens van moedeloosheid en onzekerheid door slim en krachtig woordgebruik in de communicatie. Volgende ideeën kwamen aan bod: ik ga op arbeidsmarktreis en neem mee, avontuur, alles kan nog, uitdaging, voordelen, mogelijkheden, werk wanneer je wilt, we hebben u nodig!, we laten jou niet los.... Call me! ...

Sterke samenwerking en vlotte doorverwijzing

Om 55+'ers nog beter te bereiken kan er ingezet worden op een sterke samenwerking met andere actoren in het traject naar werk. Volgende pistes komen naar voor:

- ▶ Samenwerking met VDAB of partners van VDAB;
- ▶ Samenwerken met loopbaancoaches: zij kunnen een rol spelen in doorverwijzing naar uitzendkantoren en ook een belangrijke schakel zijn in een persoonlijke dienstverlening m.b.t. de (her)oriëntatie;
- ▶ Uitzendarbeid meer laten belichten in outplacementtrajecten;
- ▶ Uitzendconsulenten inschakelen als eindloopbaancoach.

Outreaching 55+'ers laten kennismaken met het aanbod van uitzendkantoren

Daarnaast kan er ingezet worden op uitzendarbeid bekendmaken op plaatsen waar 55+'ers aanwezig zijn. Er wordt gedacht aan het verenigingsleven, Okra, Neos, ...

Duidelijkheid creëren over aanbod, dienstverlening en regelgeving

De doelgroep heeft nood aan duidelijkheid, zowel over het aanbod als over de (pensioen)regeling. Duidelijkheid creëren verlaagt de drempel om naar een uitzendkantoor te stappen.

- ▶ Duidelijke website, zonder kleine lettertjes (letterlijk en figuurlijk), waar men de nodige informatie kan terugvinden over de (pensioen)regelgeving en de financiële gevolgen. Er wordt ook gedacht aan een tool voor loonberekening op de website.
- ▶ Organiseren van infosessies voor de doelgroep over het aanbod van uitzendkantoren en de regelgeving bij uitzendwerk en invloed op het pensioen.
- ▶ Garanderen dat uitzendconsulenten de nodige informatie kunnen meegeven:
 - Meer opleiding aan consultanten over wettelijk kader (invloed op pensioen);
 - Infosessie en informeren van de uitzendkantoren.
- ▶ Duidelijke communicatie over de expertise/specialisering van elk uitzendkantoor. Zo kan de 55+'er gericht kiezen.

4.2.3 In het contact met uitzendkantoren

Om het contact tussen 55+'ers en uitzendconsulenten te verbeteren, kwamen verschillende aanknopingspunten voor acties naar voren.

Inzetten op meer uitzendconsulenten uit dezelfde leeftijdscategorie

Uitzendconsulenten die zich dicht bij de leeftijdscategorie van de doelgroep bevinden, kunnen zich gemakkelijker inleven in de situatie van een 55+'er en daarom ook gemakkelijker een persoonlijke en empathische ondersteuning bieden. Daarom kwamen twee pistes naar voren:



- ▶ Inzetten op 55+ uitzendconsulenten: aanwervingscampagne voor 55+ uitzendconsulenten, de doelgroep bij de uitzendkantoren zelf tewerkstellen.
- ▶ Inzetten op uitzendconsulenten die gespecialiseerd zijn in het begeleiden van 55+'ers.

Nodige tijd en ruimte creëren voor een persoonlijke benadering van 55+'ers

De nood aan een persoonlijke benadering staat centraal bij de doelgroep. Om dit te realiseren, kwamen verschillende ideeën aan bod.

- ▶ Aparte spreekruimtes, gezellige, veilige, afgesloten ruimte voor gesprekken, een “babbel-box”.
- ▶ Inrichting van kantoor: uitZENdkantoren. Maak een ontspannende ruimte (en tijd vrij) waar mensen een open en eerlijk gesprek kunnen houden en met een rustig, vertrouwd gevoel naar buiten gaan.
- ▶ Voldoende tijd per gesprek (bv. 40 minuten), met een ‘buffer’. Een ander idee is om zowel tijdsslots van 40 minuten voor diepgaandere gesprekken (al dan niet op afspraak) als tijdsslots voor Q&A's van 10 minuten te voorzien.
- ▶ Een vaste uitzendconsulent aan de 55+'ers koppelen, zodat het vertrouwen kan opgebouwd worden.

Laagdrempelige kennismaking en inschrijving

Ook kan de stap om zich in te schrijven bij een uitzendkantoor verkleind worden door de drempel te verlagen.

- ▶ Enerzijds door de mogelijkheid te creëren om je “face-to-face” in te schrijven, en niet via een platform op de website of een digitaal portaal in een kantoor;
- ▶ Anderzijds door een “open deur” te creëren. Zo kan er op vaste momenten een “open deur” worden georganiseerd voor een vrijblijvend gesprek. Bijvoorbeeld het kantoor is 1 dag per week (of meer) open zonder afspraak, eventueel met koffie/thee & taart.

Doelgroep-specifiek aanbod uitwerken

Daarnaast blijken kantoren die zich specifiek richten op de doelgroep 55+'ers erg in trek bij de doelgroep. Daarom is het natuurlijk ook een opportuniteit om meer gespecialiseerde kantoren te voorzien. Ook werd het idee opgeworpen om openingsuren te voorzien specifiek voor de 55+'ers. Daarbij is het wel cruciaal om ook voldoende opportuniteiten voor de doelgroep bij de klant-gebruikers te vinden en te creëren.

Community-feeling van uitzendkantoren versterken

De doelgroep apprecieert in het bijzonder een persoonlijke begeleiding met een grote vertrouwdheid. Het wordt daarom als een kracht gezien om het gemeenschapsgevoel te versterken en meer gezelligheid te installeren. Zo denkt men bijvoorbeeld aan volgende ideeën:

- ▶ Administratie (bv. samen het eerste e-contract opmaken) gezellig maken: bv. administratie + apero time!, administratie combineren met koffie en thee;
- ▶ Mogelijkheid voorzien om op de koffie te kunnen gaan bij het uitzendkantoor;
- ▶ Wekelijkse “terugkom”- of “opvolg”momenten.



4.2.4 In het traject naar tewerkstelling

En tot slot komen ook nog enkele aanbevelingen naar voor met betrekking tot het traject naar de tewerkstelling.

Sensibiliseer werkgevers/klant-gebruikers over de kracht van deze doelgroep

Klant-gebruikers staan niet altijd open voor de doelgroep. Het is een grote en cruciale uitdaging om voldoende opportuniteiten te creëren bij klant-gebruikers voor 55+'ers. Daarom wordt er gedacht aan:

- ▶ Een sensibiliseringscampagne gericht op klant-gebruikers, bv. via VBO of ENI-netwerk, om vooroordelen over 55+'ers weg te nemen en de sterktes van de doelgroep net in de verf te zetten. "99 problems but 55+ ain't one" kan alvast een mooie slagzin zijn. Ook video testimonials van klant-gebruikers met positieve ervaringen kunnen andere klant-gebruikers over de streep trekken.
- ▶ Klant-gebruikers overtuigen om via "Open Hiring" mensen kansen te geven.
- ▶ Een App (zoals die bestaat in de horeca) waarin werknemers en werkgevers elkaar sterren kunnen geven op basis van de ervaring. Zo kunnen vooroordelen weggenomen worden.
- ▶ De doelgroepvermindering meer bekend maken bij de klant-gebruikers.

55+'ers breed laten kijken naar mogelijkheden op arbeidsmarkt

- ▶ Wanneer 55+'ers om bepaalde redenen een te enge blik hebben op de arbeidsmarkt, kunnen er manieren worden gezocht om hun blik te verbreden, bv. hen opdragen om vacatures te zoeken in drie verschillende sectoren die samen worden geselecteerd.
- ▶ Het vertrouwen opbouwen, zodat de oriëntatie met een heel open mindset kan gebeuren en ook de hoge verwachtingen indien nodig bijgesteld kunnen worden.
- ▶ Ook is het belangrijk om de nuance te capteren over de verwachtingen van de 55+'er. Vaak is er toch een openheid om een stapje terug te zetten op vlak van loonvoorwaarden en om samen met de uitzendconsulent nieuwe richtingen te exploreren.
- ▶ Anderzijds mogen 55+'ers soms veeleisend zijn. Dat heeft twee kanten: je kan ook veel van de 55+'ers verwachten.

Uitzendconsulenten opleiden en informeren over begeleiding 55+'ers

Om de begeleiding van uitzendkantoren optimaal te laten aansluiten bij de behoeften van de doelgroep, is er nood aan opleiding/training van uitzendconsulenten om de begeleiding op maat van de 55+'ers te kunnen bieden. Het gaat onder andere over het opleiden van uitzendconsulenten in de specificiteit bij de begeleiding van 55+'ers: het begrijpen van de context, de relevantste vragen eerst stellen, geruststelling bieden, informatie meegeven over pensioenregeling, etc.

Zo werd het idee voor een training met de naam 'Expeditie 55+'ers voor uitzendconsulenten' aangebracht. Ook zou er een netwerk kunnen opgezet worden tussen uitzendkantoren/-consulenten om kennis over de begeleiding van 55+'ers te delen.

Er wordt gewezen op aandacht voor:

- ▶ Open vragen;
- ▶ Vragen die de specifieke nood van het individu achterhalen, zodat de begeleiding daar ook optimaal op kan aangepast worden. Een eenheidsworst moet vermeden worden;
- ▶ Oriënterende vragen die vertrouwen en geruststelling geven: Waar ben je fier op? Wat geeft jou energie?;



- ▶ Steeds correct zijn, de juist informatie geven en transparant communiceren.

Daarnaast is het ook belangrijk dat uitzendconsulenten getraind zijn in het aanprijzen van 55+ers bij klant-gebruikers. Zij moeten weten welke kwaliteiten van 'oudere' kandidaten zij in de verf kunnen zetten (bv. loyaliteit, veel expertise, ...) en de mogelijke maatregelen kennen (doelgroepvermindering voor oudere werknemers), alsook weten hoe vooroordelen weggenomen kunnen worden (bv. over digitale vaardigheden, flexibiliteit, of loonsverwachtingen).

Opleidings- en begeleidingsaanbod 55+ers

De dienstverlening van uitzendkantoren zou aan een aantal specifieke opleidings- en begeleidingsnoden van de doelgroep tegemoet kunnen komen. De uitzendconsulent kan samen met de 55+er eventuele opleidingsnoden bepalen en op zoek gaan naar hoe deze ingevuld kunnen worden. Dit moet eerder worden voorgesteld als een open aanbod of 'menu' met mogelijkheden om competenties te versterken/begeleiding te ontvangen, om 'betutteling' te voorkomen.

- ▶ Bijvoorbeeld, wanneer er een tekort is aan digitale skills, of aan zelfzekerheid over de eigen digitale skills: een halve dag proeverij digitale skills;
- ▶ Hulp bij het opstellen van de CV;
- ▶ De mogelijkheid bieden aan 55+ers om proefstages te doen;
- ▶ Ondersteuning in 'Hoe lees je een vacature?' (en specifiek ook interpretatie van de gevraagde competenties en expertise).

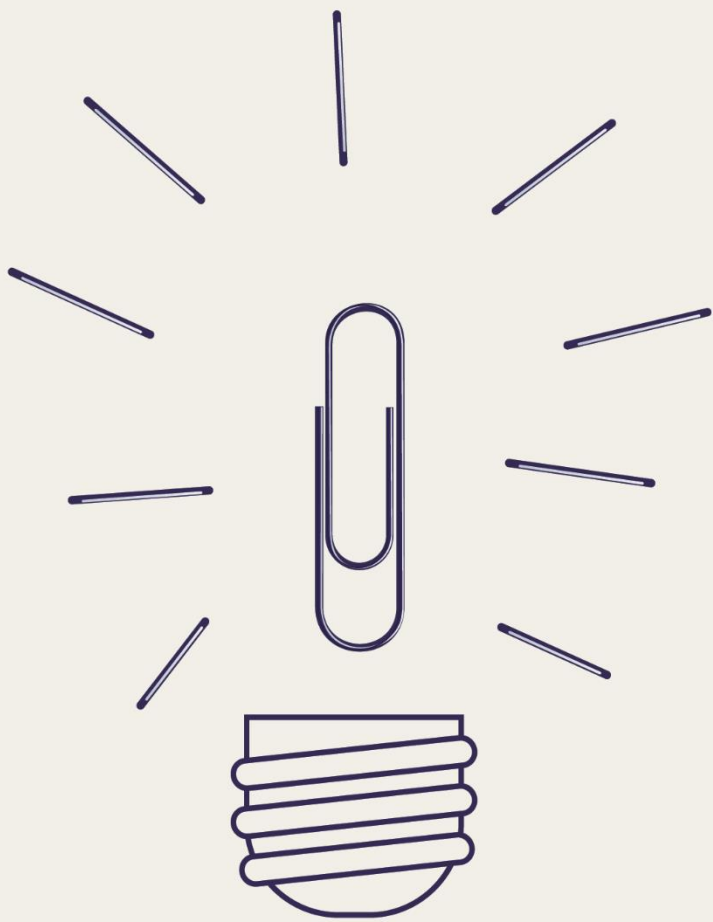
Opvolging van sollicitaties garanderen

Tot slot zijn er enkele ideeën om tegemoet te komen aan de knelpunten die sommige 55+ers ervaren bij het solliciteren bij klant-gebruikers.

- ▶ Garanderen dat er altijd een terugkoppeling is naar de 55+er toe die solliciteert;
- ▶ Altijd correct en transparant zijn;
- ▶ Meer zekerheid creëren dat klant-gebruiker open staat voor een 55+er, zodat de 55+er niet nodeloos solliciteert;
- ▶ Meer garantie dat er kwalitatieve jobmatches worden gemaakt en dat de nodige tijd en een dienstverlening op maat wordt geboden, door de targets van uitzendconsulenten af te stemmen op succesvolle duurzame tewerkstelling in plaats van op aantal voorstellen.

Zoals hierboven aangehaald, vormen deze opportuniteiten het startpunt voor een vervolgtraject. In dit traject zal Travi, onder begeleiding van The Argonauts en IDEA Consult, een aantal van deze opportuniteiten concretiseren en vertalen naar praktische acties voor de uitzendsector om de inclusie van de doelgroep 55+ers nog te versterken. Het is de intentie om deze acties op te nemen in een actieplan, indien de nodige financiering hiervoor voorzien wordt.





BIJLAGEN





A.1 / Topiclijst voor interviews – 55- en 65+’ers

Introductie

Ik ben XXX en ik werk als onderzoeker bij IDEA Consult/The Argonauts. IDEA Consult/The Argonauts is een organisatie dat beleidsgericht onderzoek uitvoert en advies verleent. Wij kregen van Travi de opdracht om de inclusie van 55+’ers in de uitzendsector te onderzoeken. Travi is het opleidingsfonds voor de uitzendsector dat zich, naast opleiding voor uitzendkrachten, richt op allerlei arbeidsmarkttuitdagingen voor uitzendbedrijven en uitzendkrachten en -kandidaten. De sector wil zich inzetten om uitzendwerk voor 55+’ers toegankelijker te maken, en de service beter af te stemmen op de eigenheid van deze doelgroep.

Via dit onderzoek willen we een beter zicht krijgen op welke stappen 55+’ers (en 65+’ers) ondernemen om op zoek te gaan naar nieuw werk en daarbij een beroep (overwegen te) doen op uitzendkantoren. We willen in kaart brengen welke zaken ervoor zorgen dat 55+’ers (en 65+’ers) al dan niet de beslissing maken om verder te gaan in zo’n traject. Daarnaast willen we meer inzicht verkrijgen in wat de hefbomen en obstakels zijn die mensen kunnen ervaren bij het starten en doorlopen van de dienstverlening aangeboden door uitzendkantoren.

Uiteraard is ons doel te onderzoeken hoe we deze ganse ervaring kunnen optimaliseren. We willen dan ook jouw ervaring hierover onderzoeken. Tijdens het gesprek kan ik dus soms doorvragen hoe je je bij bepaalde zaken hebt gevoeld. Het is een onderzoek dat peilt naar jouw ervaring en beleving.

Deelname aan dit onderzoek is vrijwillig, anoniem en vertrouwelijk. Wij werken onafhankelijk van Travi. De organisatie komt op geen enkel manier te weten wat jij specifiek hebt gezegd. Het gesprek zal maximum 1 uur duren. Er zijn in dit gesprek geen foute of juiste antwoorden, het gaat om jouw persoonlijke ervaring.

Dit gesprek zal worden opgenomen zodat we jouw ervaring beter kunnen capteren. Enkel het onderzoeksteam zal toegang hebben tot de opnames en na afronding van de analyse zullen de opnames verwijderd worden.

Heb je nog vragen of zaken die niet duidelijk zijn?

Inleidende vragen

- Kan je je eerst even kort voorstellen?
 - Je leeftijd, waar je woont, hoe je gezinssituatie eruitziet, ...
- Waar ben je dagdagelijks mee bezig?
 - Ben je momenteel aan de slag? Via uitzendarbeid?
 - Ben je momenteel op zoek naar werk? Via uitzendarbeid?
- Wat is jouw professionele pad tot nu toe geweest?
 - Wat triggerde jou in het verleden een stap te zetten in jouw professionele loopbaan en van functie of werkgever te veranderen?



- Heb je in het verleden via uitzendwerk gewerkt of werk gezocht? Waarom/waarom niet?

Het verhaal

Nu zou ik graag hebben dat je mij meeneemt vanaf het moment dat je de nood voelde om te veranderen van werk of om nieuw werk te zoeken. Vervolgens hoe je getriggerd werd om naar uitzendkantoren toe te stappen. En dit tot aan jouw tewerkstelling via uitzendarbeid of tot aan de keuze om toch niet verder een beroep te doen op uitzendkantoren. Geef zeker en vast aan wat voor jou hier belangrijk was, wat je heeft geholpen, wat moeilijk was, met wie je hebt gesproken, welke informatie je hebt gekregen, wat maakte dat je koos om niet verder een beroep te doen op de dienstverlening ... We willen dus begrijpen welke acties je hebt ondernomen en hoe je je daarbij voelde.

Ik ga proberen om je zo veel mogelijk je verhaal te laten doen en zo weinig mogelijk tussenbeide te komen. *(laat interviewee zijn/ haar verhaal doen)*

Laten we nu dit proces stap voor stap samen overlopen.

Trigger/aanleiding/interesse

- ▶ Vanwaar kwam de nood om te veranderen van werk of opnieuw naar een job te zoeken?
 - Wat bracht u op deze gedachten?
 - Bv. Financiële nood, inhoudelijke interesse, interesse in een ander bedrijf, nood aan een nieuwe omgeving/ andere collega's, wegvallen van jouw functie, terug iets om handen willen hebben, interesse in specifieke functies/werkplek, ...
 - Is er een bepaalde reden/ aanleiding waarom je op dat specifiek moment overwoog om van job te veranderen en niet op een ander moment?
 - Bv. Gesprek met baas, manager, collega, familie, vrienden, informatie via folder, website, of andere bron, veranderde familiesituatie, veranderde leefsituatie, ...
- ▶ Hoe vond je de gedachte om van werk te veranderen/ om een nieuwe job te zoeken / om opnieuw te gaan solliciteren? Hoe voelde je je daarbij?
- ▶ Wat was de trigger om de stap te zetten naar uitzendkantoren?
 - Wanneer, welk moment, welke context was dit?
 - Waarom wilde je de stap zetten naar uitzendkantoren?
 - Wat waren jouw verwachtingen?
 - Was de interesse om via uitzendkantoren te zoeken naar werk een persoonlijke keuze of een keuze gestuurd door omgeving/werk?

Oriëntatie en informatie zoeken/krijgen & vinden

- ▶ Heb je informatie gezocht over uitzendwerk? Wat wou je te weten komen?
 - Welke informatie heb je opgezocht?
 - Hoe heb je dit gedaan? Welke informatiebronnen raadpleegde je hiervoor?
 - Welke informatie was voor jou belangrijk/het meest relevant?
 - Wat hielp jou het beste bij het vinden van die informatie?
 - Met wie heb je dit allemaal besproken?
- ▶ Hoe ben je te weten gekomen welke mogelijkheden uitzendkantoren bieden?
- ▶ Wat ben je te weten gekomen?
 - In welke mate was de informatie/hulp die je kreeg nuttig voor jou?
 - Wat was je reactie toen je meer te weten kwam over de mogelijkheden hiervan?
 - Bv. positief of negatief, had je bepaalde vragen, bezorgdheden, ...?
- ▶ Hoe werd je je bewust van de opties je in te schrijven in een uitzendkantoor? Hoe ben je uiteindelijk terechtgekomen bij uitzendkantoren?

Opties afwegen en keuze maken



- ▶ Overweeg je/heb je andere opties overwogen om naar nieuw werk te zoeken dan via uitzendkantoren? Welke opties overweeg je/heb je uiteindelijk overwogen en waarom?
 - Wat is/was belangrijk?
 - Welke afwegingen maak je/heb je gemaakt?
- ▶ Hoe vond je het maken van de keuze om je in te schrijven bij een (of meerdere) uitzendkanto(o)r(en)? Is dit een lang proces geweest?
 - Waarom koos je ervoor om je in te schrijven?
 - Hoe voelde je je daarbij?
- ▶ Ben/was je gelijktijdig ook nog via andere wegen op zoek naar een nieuwe job?
 - Via welke kanalen?
 - Waarom doe/deed je ook nog beroep op deze bijkomende kanalen?

Inschrijving

- ▶ Hoe verliep de inschrijving bij het uitzendkantoor?
 - Welke stappen werden gezet?
 - Wat verliep goed/niet goed? Waarom?
 - Hoe ervaarde je de ondersteuning van het uitzendkantoor/de uitzendconsulent?
 - Hoe voelde je je?
- ▶ Verliep de inschrijving zoals je had verwacht?
 - Wat wel/niet? Waarom?

Jobmatching

- ▶ Hoe verliep het zoeken naar een job via uitzendarbeid?
 - Welke stappen werden gezet? Wat bood het uitzendkantoor? Welke inspanning moest jij leveren?
 - Waar had jij nood aan?
 - Wat verliep goed/niet goed? Waarom?
 - Hoe ervaarde je de ondersteuning van het uitzendkantoor/de uitzendconsulent?
 - Hoe voelde je je?
- ▶ Hoe verliepen eventuele sollicitatiegesprekken bij werkgevers?
 - Waar had jij nood aan?
 - Wat verliep goed/niet goed? Waarom?
 - Hoe ervaarde je de gesprekken?
 - Hoe voelde je je?
- ▶ Verliep de zoektocht naar een job zoals je had verwacht?
 - Wat wel/niet? Waarom?
- ▶ Ben je uiteindelijk aan de slag gegaan via uitzendwerk?
 - Bij welke werkgever(s)? Wanneer? Voor hoe lang? Hoe vaak?

De nieuwe job

- ▶ Hoe voel(de) je je op de werkplek dat je vond via het uitzendkantoor? Hoe verliep de opstart?
 - Wat voel(t)(de) goed/niet goed? Waarom?
- ▶ Heb je na de start van de nieuwe job nog contact met het uitzendbureau?
 - Hoe ervaar(de) je dit contact?
 - Voldoet dit contact/deze ondersteuning aan uw verwachtingen? Waarom wel/ niet?

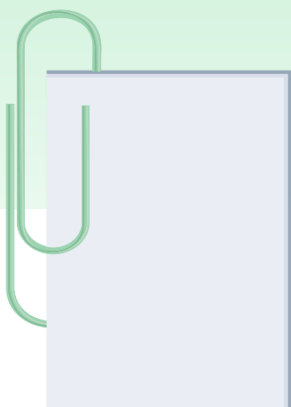
Tot slot: even terugkijken

- ▶ Hoe voel je je bij de keuze je in te schrijven in een uitzendbureau?
 - Zou je deze keuze opnieuw maken/aanraden?



- ▶ Wat waren jouw verwachtingen van een uitzendkantoor/uitzendconsulent?
 - Voldeed het traject aan jouw verwachtingen? Waar overtrof het jouw verwachtingen, waar schoot het tekort? Waarom?
- ▶ Ben je door het uitzendkantoor/de uitzendconsulent ondersteund waar jij het nodig had? Op welke vlakken wel, op welke niet? Waarom?
- ▶ Wat had je ervaring beter kunnen maken?





A.2 / Topiclijst voor interviews - uitzendconsulenten

Introductie

Ik ben XXX en werk als onderzoeker bij IDEA Consult/ The Argonauts. IDEA Consult/ The Argonauts is een organisatie dat beleidsgericht onderzoek uitvoert en advies verleent. Wij kregen van Travi de opdracht om de inclusie van 55+'ers in de uitzendsector te onderzoeken. Travi is het opleidingsfonds voor de uitzendsector dat zich, naast opleiding voor uitzendkrachten, ook richt op allerlei arbeidsmarkttuitdagingen voor uitzendbedrijven en uitzendkrachten en kandidaten. De sector wil zich inzetten om uitzendwerk voor 55+'ers toegankelijker te maken en de service beter af te stemmen op de eigenheid van deze doelgroep.

Via dit onderzoek willen we een beter inzicht krijgen op welke stappen 55+'ers en 65+'ers ondernemen om op zoek te gaan naar nieuw werk en daarbij een beroep (overwegen te) doen op uitzendkantoren. We willen in kaart brengen welke zaken ervoor zorgen dat 55+'ers en 65+'ers al dan niet beslissingen maken om verder te gaan in zo'n traject. Daarnaast willen we meer inzicht verkrijgen in wat de hefbomen en obstakels zijn die uitzendkrachten/-kandidaten, én consulenten kunnen ervaren bij het starten en doorlopen van het traject – van inschrijving tot en met de plaatsing/tewerkstelling.

Uiteraard is ons doel te onderzoeken hoe we de ganse ervaring kunnen optimaliseren. Hiervoor hebben we niet enkel het perspectief van de 55+'ers en 65+'ers nodig, maar ook die van de dienstverleners: uitzendkantoren en de consulenten.

Deelname aan dit onderzoek is vrijwillig, anoniem en vertrouwelijk. Wij werken onafhankelijk van Travi. De organisatie komt op geen enkel manier te weten wat jij specifiek hebt gezegd. Het gesprek zal maximum 1 uur duren. Er zijn in dit gesprek geen foute of juiste antwoorden, het gaat om jouw persoonlijke ervaring.

Dit gesprek zal worden opgenomen zodat we jouw ervaring beter kunnen capteren. Enkel het onderzoeksteam zal toegang hebben tot de opnames en na afronding van de analyse zullen de opnames verwijderd worden.

Heb je nog vragen?

Inleidende vragen

- ▶ Kan je je eerst even kort voorstellen?
 - Wat is je rol binnen de organisatie?
 - Begeleid je specifiek één doelgroep of sta je specifiek in voor één sector of type job? Welke?
 - Wat is jouw ervaring met het begeleiden van 55+'ers en 65+'ers?
- ▶ Kan je iets meer vertellen over jullie aanbod?
 - Is er een aangepast aanbod voor 55+'ers (is de dienstverlening specifiek afgestemd op de noden van 55+'ers?)



- Hoe gaan jullie actief op zoek naar uitzendkandidaten? Gaan jullie actief op zoek naar 55+'ers en 65+'ers, en zo ja, op welke manier?

Trigger/aanleiding/interesse

- ▶ Wat zijn, in jouw ervaring, de meest voorkomende aanleidingen voor 55+'ers en 65+'ers om bij jullie aan te kloppen? Hoe gebeurt dit doorgaans?
- ▶ Heb je het gevoel dat 55+'ers en 65+'ers snel denken aan jullie dienstverlening bij het zoeken van een nieuwe job? Wanneer wel/niet?

Oriëntatie en informatie zoeken/krijgen & vinden

- ▶ Hoe bereiken jullie de 55+'ers en 65+'ers?
 - Wie bereiken jullie wel/niet? Waarom?
 - Via welke kanalen vinden zij informatie over uitzendkantoren?
 - Bv. Social media, e-mail, website, radio, werkgevers, folders, VDAB en partners, of andere platformen zoals Indeed, Google, ...?
 - Zijn dit doorgaans andere kanalen dan jongere leeftijdsgroepen?
 - Welke informatie is relevant? Waar zijn ze naar op zoek?
 - Ontbreekt er volgens jou cruciale informatie om de beslissing (een beroep te doen op uitzendkantoren) van de 55+'ers en/of 65+'ers eenvoudiger te maken? Welke informatie dan?
- ▶ Hoe vinden 55+'ers en 65+'ers volgens jou de weg naar uitzendkantoren?
 - Loopt dat gemakkelijk? Waarom wel/niet? Wanneer wel/niet?

Opties afwegen en keuze maken

- ▶ Wat zijn volgens jou de grootste drijfveren van 55+'ers en 65+'ers om zich bij jullie in te schrijven?
- ▶ Wat zijn volgens jou de grootste drempels voor 55+'ers en 65+'ers om zich bij jullie (of een ander kantoor) in te schrijven?
- ▶ Is er, vóórdat de 55+'ers en 65+'ers zich bij jullie inschrijven, al een contact?
 - Wanneer wel/niet?
 - Hoe verloopt dat contact?
 - Bv. website, mail, telefonisch, fysiek één op één gesprek, ...
 - Wat is jouw ervaring bij dit contact? Wanneer heb je een positief gevoel, wanneer heb je een negatief gevoel?

Inschrijving

- ▶ Hoe verloopt de inschrijving van 55+'ers en 65+'ers in het uitzendkantoor?
 - Wat zijn de stappen die worden ondernomen? Welk contact is er wanneer iemand zich inschrijft?
 - Wat loopt goed/niet goed? Wanneer? Waarom?
- ▶ Wat is jouw ervaring bij het inschrijvingsproces bij 55+'ers en 65+'ers?
 - Wanneer heb je een positief gevoel, wanneer heb je een negatief gevoel?
- ▶ Welke mogelijke hefbomen ervaar jij bij het inschrijven van 55+'ers en 65+'ers? Wat vergemakkelijkt het proces?
- ▶ Welke mogelijke drempels ervaar jij bij het inschrijven van 55+'ers en 65+'ers? Wat maakt het proces moeilijk?

Job matching

- ▶ Hoe verloopt het vinden van een job/de job matching voor 55+'ers en 65+'ers?
 - Welke stappen worden gezet? Welk contact is er met de uitzendkandidaat tijdens dit proces?
 - Wat loopt goed/niet goed? Wanneer? Waarom?



- Welke opleidingsnoden merk je frequent op? Waarin merk je dat de 55+ers en 65+ers vaak versterkt moeten worden?
- ▶ Bieden jullie begeleiding aan uitzendkandidaten (55+ers en 65+ers) tijdens het zoeken naar een geschikte job (bv. sollicitatietraining, ...)? Zo ja, welke?
 - Loopt dat goed/niet goed? Wanneer? Waarom?
- ▶ Wat is jouw ervaring bij het zoeken van een job/de jobmatching voor 55+ers en 65+ers?
 - Wanneer heb je een positief gevoel, wanneer heb je een negatief gevoel? Waarom?
- ▶ Welke mogelijke hefboomen ervaar jij bij zoeken van een job/de jobmatching voor 55+ers en 65+ers? Wat vergemakkelijkt het proces?
- ▶ Welke mogelijke drempels ervaar jij bij het zoeken van een job/de jobmatching voor 55+ers en 65+ers? Wat maakt het proces moeilijk?
- ▶ Wat verwachten jullie van de klant-gebruikers? Wat verwachten jullie van de uitzendkandidaten?
 - Worden deze verwachtingen ingevuld? Wanneer wel/niet? Waarom wel/niet?
- ▶ Wat verwachten klant-gebruikers (bedrijven) van jullie bij het matchen met een 55+er of 65+er?
 - Worden deze verwachtingen volgens jou ingevuld? Wanneer wel/niet? Waarom wel/niet?
- ▶ Wat verwachten 55+ en 65+ uitzendkandidaten van jullie bij het matchen met een job?
 - Worden deze verwachtingen volgens jou ingevuld? Wanneer wel/niet? Waarom wel/niet?

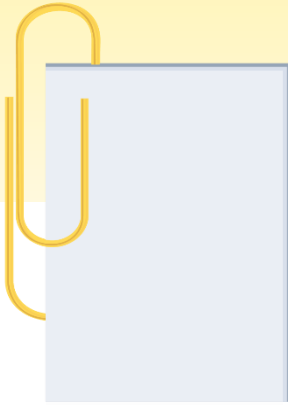
De nieuwe job

- ▶ Hoe verloopt de tewerkstelling van 55+ers en 65+ers?
 - Wanneer loopt dit goed/niet goed? Waarom?
 - Wat loopt goed/niet goed?
- ▶ Welke stappen worden er vanuit het uitzendkantoor gezet tijdens de tewerkstelling? Wordt er begeleiding voorzien? Is er nog contact met de tewerkgestelde 55+er of 65+er?
 - Wat loopt goed/niet goed? Wanneer? Waarom?
- ▶ Wat is jouw ervaring bij de tewerkstelling van 55+ers en 65+ers?
 - Wanneer heb je een positief gevoel, wanneer heb je een negatief gevoel? Waarom?
- ▶ Welke mogelijke hefboomen ervaar jij bij het realiseren van een succesvolle tewerkstelling van 55+ers en 65+ers?
- ▶ Welke mogelijke drempels ervaar jij bij het realiseren van een succesvolle tewerkstelling van 55+ers en 65+ers?
- ▶ Wat verwachten jullie van de klant-gebruikers? Wat verwachten jullie van de uitzendkandidaten?
 - Worden deze verwachtingen ingevuld? Wanneer wel/niet? Waarom wel/niet?
- ▶ Wat verwachten klant-gebruikers (bedrijven) van jullie tijdens de tewerkstelling van een 55+er of 65+er?
 - Worden deze verwachtingen volgens jou ingevuld? Wanneer wel/niet? Waarom wel/niet?
- ▶ Wat verwachten 55+ en 65+ uitzendkandidaten van jullie tijdens de tewerkstelling?
 - Worden deze verwachtingen volgens jou ingevuld? Wanneer wel/niet? Waarom wel/niet?

Tot slot

- ▶ Wat zijn voor jou de 3 belangrijkste succesfactoren bij een succesvolle begeleiding en plaatsing van 55+ers en 65+ers?
- ▶ Wat zijn voor jou op dit moment de 3 belangrijkste pijnpunten op vlak van de begeleiding en plaatsing van 55+ers en 65+ers?
- ▶ In een ideale wereld, wat zou je willen veranderen in jullie dienstverlening, met oog op een succesvolle plaatsing van 55+ers en 65+ers?
- ▶ Wat zou een sectororganisatie als Travi kunnen doen om jullie hierin te ondersteunen?
- ▶ Heeft u nog algemene opmerkingen of bedenkingen over dit topic?
- ▶ Stel dat budget geen kwestie is, hoe zou jullie dienstverlening eruitzien voor deze doelgroep?

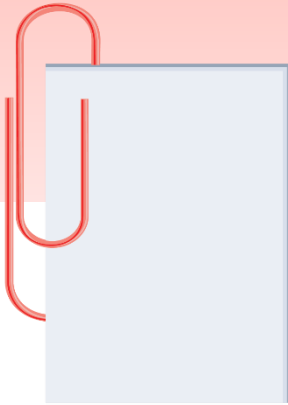




A.3 / Referenties

- Ceulenaere, B. & Veldhuis, V. (2011). Herintrede werkloze 55+’ers. Onderzoek uitgevoerd door AStri Beleidsonderzoek en -advies in opdracht van de Raad voor Werk en Inkomen. Geraadpleegd via <http://www.onderzoekwerkeninkomen.nl/rapporten/mptbvcs3>
- Eichhortst, W., Boeri, T., Braga, M., De Coen, A., Galasso, V., Gerard, M., ..., Steiber, N. (2013). Combining the entry of young people in the labour market with the retention of older workers. Geraadpleegd via <http://www.europarl.europa.eu/studies>
- Federgon. (2018). Wat is het profiel van de uitzendkracht.
- Federgon. (2019). Jaarverslag: Naar een inclusieve arbeidsmarkt waar elk talent telt. Geraadpleegd via https://federgon.be/fileadmin/media/pdf/nl/Federgon_-_Jaarverslag_2019.pdf
- Federgon. (2020). Jaarverslag 2020: HR-dienstverleners zetten schouders onder de relance van de arbeidsmarkt. Geraadpleegd via https://federgon.be/fileadmin/media/pdf/nl/Federgon_-_Jaarverslag_2020.pdf
- Federgon. (2020). Uitzendwerk opent deuren. Geraadpleegd via https://federgon.be/fileadmin/media/pdf/uitzendkracht_2020/COM202042_Federgon_News_-_Uitzendwerk_opent_deuren__low_res_.pdf
- Hermans, M. & Lenaerts, K. (2020). De arbeidskwaliteit van uitzendarbeid: knelpunten en ongelijkheden. HIVA – KU Leuven, 94 pg. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3634103>
- Nestor. (n.d.). Het uitzendkantoor voor 50+ en gepensioneerden. Geraadpleegd via <https://nestor.be/werknemers>
- NU.nl. (2021, oktober 15). Hoe geven we 55+’ers een eerlijke kans op de arbeidsmarkt? Geraadpleegd via <https://www.nu.nl/werk/6124735/hoe-geven-we-55+ers-een-eerlijke-kans-op-de-arbeidsmarkt.html>
- Wiegmans, D. (2005). Ouderen en de uitzendbranche: een onderzoek naar regelgeving langer doorwerken, praktijkervaringen van seniore uitzendbureaus en oudere uitzendkrachten. In opdracht van Algemene Bond Uitzendondernemingen. Geraadpleegd via https://wp.kennisbanksocialeinnovatie.nl/wp-content/uploads/2020/08/ouderen_en_de_uitzendbranche_iov_abu_2005.pdf





A.4 / Bevraagde partners bij verkenning

Naam partner	Soort organisatie
Groep Intro (2)	Sociale actor/arbeidsbemiddelaar
Skill Builders (11)	Sociale actor/arbeidsbemiddelaar
Solvus (2)	Sociale actor/arbeidsbemiddelaar
Compaan (1)	Maatwerkbedrijf
Randstad RiseSmart (1)	Sociale actor/arbeidsbemiddelaar (tenderpartner VDAB, maar ook outplacement)
Trawant (1)	Loopbaanbegeleiding
VDAB (1)	Tewerkstellingsdienst
Nestor (1)	Gespecialiseerd uitzendbureau ouderen
50pluz (1)	Sociale actor/arbeidsbemiddelaar

