

# Onderzoek onder werkgevers in relatie tot BRIDGE

Evaluatie van BRIDGE-interventies onder werkgevers

Opdrachtgever: Gemeente Rotterdam

Rotterdam, 29 augustus 2019



# Onderzoek onder werkgevers in relatie tot BRIDGE

Evaluatie van BRIDGE-interventies onder werkgevers

Opdrachtgever: Gemeente Rotterdam

Elvira Meurs  
Anouk Brandsema  
Abco van Langevelde  
Henk Bakker

Rotterdam, 29 augustus 2019

# Inhoudsopgave

Samenvatting	5
0. Achtergrond en aanleiding	5
1. Onderzoeksvragen en afbakening	5
2. Onderzoeksmethoden	6
3. Uitkomsten van het onderzoek	6
4. Aanbevelingen	10
1 Inleiding	12
1.1 Aanleiding en doel	12
1.2 Onderzoeksvragen	13
1.3 Leeswijzer	14
2 Onderzoeksmethoden	15
2.1 Inleiding	15
2.2 Interviews	15
2.3 Vragenlijst onder werkgevers	15
2.4 Focusgroepen	18
2.5 Representativiteit data	18
3 Achtergrond van het project BRIDGE en betrokkenheid van ondernemers	19
3.1 Inleiding	19
3.2 BRIDGE-interventies	19
3.3 Ontwikkelingen op Rotterdam-Zuid	22
4 Kenmerken van de arbeidsmarkt	25
4.1 Inleiding	25
4.2 Mbo-geschoolde werknemers bij bedrijven	25
4.3 Onvervulbare vacatures bij bedrijven uit Groot-Rijnmond	27
4.4 Redenen voor onvervulbare vacatures	30
5 Deelname aan de interventies	33
5.1 Inleiding	33
5.2 Reden van betrokkenheid voor bedrijven	33
5.3 Bekendheid en betrokkenheid bij initiatieven	34
6 Meest kansrijke initiatieven	39
6.1 Inleiding	39
6.2 Kansrijke initiatieven per onderwijsniveau	39
6.3 Voorwaarden voor deelname	40

7	Conclusies en aanbevelingen	42
7.1	Behoeften van werkgevers	42
7.2	(BRIDGE-)interventies	45
7.3	Tot slot	46
7.4	Aanbevelingen	47
	 Bijlage 1: Bronnen	 49
	Interviews	49
	Deelnemers focusgroep of aanvullende interviews	49
	Literatuur	50
	 Bijlage 2: Vragenlijst	 51
	 Bijlage 3: Factsheets per branche	 61

# Samenvatting

## 0. Achtergrond en aanleiding

Via het project BRIDGE (Building Right Investments for Delivering a Growing Economy) heeft NPRZ een samenhangend LOB-programma ontwikkeld en geïmplementeerd, die de aansluiting tussen onderwijs en arbeidsmarkt in Rotterdam-Zuid voor jongeren beogen te verbeteren, met name door een betere loopbaanoriëntatie en –begeleiding (LOB). Deze interventies hebben vaak tot doel jongeren bewuster te laten kiezen voor een opleiding met veel kans op werk, hen te stimuleren om het meeste uit zichzelf te halen, talenten en interesses te ontdekken, en hen beter kennis te laten maken met mogelijke werkgevers. Het project BRIDGE is in de periode van eind 2016 gestart en loopt tot november 2019 in Rotterdam-Zuid met steun van de Europese Commissie, het Europese fonds Urban Innovative Actions (UIA). Voor financiering van het vervolg van het programma wordt met verschillende betrokken partijen gesproken.

Dit onderzoek heeft tot doel zicht te krijgen op de effecten van BRIDGE-interventies bij werkgevers en op de behoeften en motivatie van werkgevers om al dan niet betrokken te raken bij deze interventies. Dit onderzoek richt zich hiermee specifiek op de vraagzijde van het programma BRIDGE, de werkgevers. De aanbodzijde, het onderwijs, valt niet binnen de scope van dit onderzoek en wordt apart onderzocht.

## 1. Onderzoeksvragen en afbakening

### Onderzoeksvragen

De onderzoeksvragen in dit onderzoek zijn als volgt:

1. Wat zijn de behoeften in de personeelsvoorziening bij de werkgevers, afgezet naar sector?
  - a. Wat zijn daarin de specifieke knelpunten in de personeelsvoorziening?
  - b. Verwachten de werkgevers dat de doelgroep van de BRIDGE-interventies kan voldoen aan deze behoeften?
2. In welke mate zijn bedrijven bekend met en maken zij gebruik van BRIDGE-interventies (specifiek de AanDeBak-garantie)?
3. In hoeverre zijn de BRIDGE-interventies en specifiek de AanDeBak-garantie effectief?
  - a. In hoeverre zijn de beoogde doelstellingen en resultaten van de BRIDGE-interventies bereikt?
  - b. Welke randvoorwaarden zijn noodzakelijk bij het bereiken van effecten met de BRIDGE-interventies?
4. Onder welke voorwaarden zouden bedrijven die nu nog niet betrokken zijn bij BRIDGE-interventies hiertoe wel willen overgaan?
  - a. Welke mogelijkheden zijn er voor optimalisatie van de BRIDGE-interventies (en specifiek de AanDeBak-garantie)?
5. Zijn er bij werkgevers suggesties voor andere interventies dan die uit BRIDGE om de arbeidsmarktpositie van jongeren van Zuid en instroom in de bedrijven te versterken?

## Afbakening onderzoek

Het merendeel van de lager- en middelbaar opgeleide bevolking van Rotterdam-Zuid werkt in Rotterdam of binnen het Rijnmondgebied. Jongeren en werknemers met een laag opleidingsniveau reizen relatief het kortst naar hun werk; gemiddeld 19 kilometer op en neer per dag<sup>1,2</sup>. Het deel van de jongeren uit Rotterdam-Zuid dat buiten de regio Groot-Rijnmond werkt, is dus waarschijnlijk klein. Daarom is in dit onderzoek gekozen voor een afbakening met werkgevers uit de regio Groot-Rijnmond<sup>3</sup>. Het onderzoek richt zich op werkgevers in vijf sectoren: transport & logistiek, zorg, bouw & infra, techniek en de voedingsmiddelenindustrie.

## 2. Onderzoeksmethoden

Voor het evaluatieonderzoek is gebruikgemaakt van drie onderzoeksmethoden:

1. **Interviews met brancheorganisaties en belanghebbenden bij BRIDGE-interventies.**  
In totaal zijn drie interviews met belanghebbenden bij de BRIDGE-interventies en zes interviews met brancheorganisaties afgenomen. Hiermee is inzicht verkregen in de interventies, hun beoogde resultaat en de bekendheid van deze interventies bij de brancheverenigingen.
2. **Vragenlijst onder werkgevers.** De uiteindelijke vragenlijst is onder werkgevers in de sectoren uitgezet in mei en juni 2019. Hiervoor is gebruik gemaakt van een drietal methoden: a) telefonische enquête onder 415 werkgevers (respons 20,5%), geselecteerd door middel van een steekproef; b) online enquête onder 97 werkgevers, uitgezet door de brancheorganisaties en bij gerichte bedrijven door de onderzoekers; c) face-to-face enquête onder drie grote werkgevers om de respons van deze werkgevers te garanderen.
3. **Focusgroep met 5 werkgevers en 4 aanvullende interviews met werkgevers** voor het verzamelen van duiding en het reflecteren op de uitkomsten van de studie. De focusgroep vond plaats op 27 juni 2019.

## 3. Uitkomsten van het onderzoek

### Kenmerken van de arbeidsmarkt en onvervulbare vacatures

Van alle bevraagde werkgevers geeft vier op de vijf bedrijven aan mbo-geschoolde werknemers in dienst te hebben. In totaal heeft 70 procent van de werkgevers mbo-geschoolde werknemers in dienst in de *core business* van het bedrijf. Dit betekent dat het bedrijf mbo-geschoolde werknemers in dienst heeft op posities die cruciaal zijn om de werkzaamheden van het bedrijf draaiend te houden. Het hebben van een onvervulbare vacature in de *core business* kan dan ook een relatief grotere impact hebben.

Een derde van de bedrijven met mbo-geschoolde werknemers geeft aan onvervulbare vacatures te hebben op mbo-niveau (31%). Het aandeel bedrijven met onvervulbare vacatures in de sector transport & logistiek is lager dan in de overige sectoren. Uit de jaarlijkse Arbeidsmarktrapportage van het Sectorinstituut Transport en Logistiek blijkt wel dat een toenemend aantal werkgevers ook in deze sector een belemmering ervaart door een tekort aan personeel. In de sectoren voedingsmiddelenindustrie, techniek, en bouw & infra is het aandeel onvervulbare vacatures relatief hoog.

<sup>1</sup> CBS (2016). Transport en mobiliteit. Beschikbaar op internet.

<sup>2</sup> Goudappel Koffeng & Kennisinstituut voor Mobiliteit (2010). Woon-werkverkeer als drijvende kracht achter groei automobilititeit. Den Haag.

<sup>3</sup> Gemeenten: Albrandswaard, Barendrecht, Brielle, Capelle aan den IJssel, Goeree-Overflakkee, Hellevoetsluis, Hoeksche Waard, Krimpen aan den IJssel, Krimpenerwaard, Lansingerland, Maassluis, Nissewaard, Ridderkerk, Rotterdam, Schiedam, Vlaardingse, Westvoorne en Zuidplas



Wanneer mbo-geschoolde werknemers deel uitmaken van de *core business* van de organisatie, hebben bedrijven de meeste moeite om vacatures op mbo-niveau te vervullen. Omdat het gaat om de kerntaken van het bedrijf, is de verwachting dat onvervulbare vacatures een direct negatieve invloed hebben op de uitvoering van de werkzaamheden van de bedrijven. Het belemmert daarmee de (economische) ontwikkeling. Dit onderschrijft het belang van het verbeteren van de aansluiting tussen vraag en aanbod op de arbeidsmarkt. Uit de enquête onder werknemers en de interviews met de brancheverenigingen blijkt dat er een grote behoefte is aan personeel met een mbo-opleiding op met name niveau 3 of 4. Hierin bestaan geen grote verschillen tussen de verschillende sectoren.

Werkgevers zijn redelijk eensgezind in de reden waarom sommige vacatures moeilijk vervulbaar zijn. Ook intersectoraal zijn er nauwelijks verschillen. De belangrijkste redenen voor onvervulbare vacatures zijn volgens bedrijven:

1. te weinig aanbod van werknemers met de juiste competenties;
2. te weinig aanbod van werknemers met een specifieke opleiding voor het bedrijf;
3. te weinig studenten dat deelneemt aan de gevraagde opleidingen.

Vanuit de interviews en de focusgroepen kan dit beeld worden aangevuld met een slecht imago van de sector in het algemeen, een negatieve invloed van ouders en beperkte (extra) opleidingsmogelijkheden en begeleiding bij de bedrijven zelf.

#### **Deelname aan interventies om de tekorten te beperken**

Initiatieven die vanuit BRIDGE zijn opgezet hebben tot doel enerzijds werkgevers te ondersteunen om werknemers te werven, en anderzijds om jongeren in Rotterdam-Zuid aan het werk te helpen. BRIDGE is uiteraard niet enig in zijn soort, veel initiatieven zijn al gaande om hetzelfde doel te bereiken. Alle gesproken brancheorganisaties benoemden dat bedrijven waarschijnlijk de naam BRIDGE niet kennen, zelfs wanneer ze hier wel aan meedoen. In het onderzoek is daarom voor een iets bredere definitie gekozen voor een bepaalde interventie. Alle initiatieven die werkgevers voorgelegd kregen, worden wel vanuit BRIDGE georganiseerd, maar het is mogelijk dat werkgevers ze kennen of hier betrokken bij zijn terwijl ze niet door BRIDGE werden georganiseerd (zoals de interventie maatschappelijke stages).

Van de bevraagde bedrijven geeft 63 procent aan bekend te zijn met één of meerdere initiatieven die de aansluiting tussen onderwijs en de arbeidsmarkt verbetert. De bekendste initiatieven zijn: maatschappelijke stages, bedrijfsbezoeken/bliksemstages, en evenementen ter kennismaking met beroepen en vakken. Uiteindelijk is 43 procent van de bedrijven ook daadwerkelijk betrokken (geweest) bij deze initiatieven. Werkgevers geven aan verschillende redenen te hebben om deelname aan BRIDGE-interventies of soortgelijke initiatieven te overwegen. De belangrijkste beweegredenen van de bedrijven is te vinden in het verbeteren van de bekendheid en het imago van zowel de sector als geheel, als van het bedrijf zelf. Opvallend is dat de belangrijkste motieven voor (eventuele) betrokkenheid voor alle initiatieven redelijk overeenkomen. Werkgevers geven aan met de initiatieven een beter beeld te willen presenteren van de beroepspraktijk (branche) of in de toekomst gemakkelijker vacatures in te kunnen vullen (bedrijf). Een groot deel van de bedrijven geeft aan dat de initiatieven goed aansluiten op de bestaande initiatieven van het bedrijf.

Weinig werkgevers zijn bekend met de AanDeBak-garantie. Van alle bedrijven is 5 procent bekend met deze garantie of een soortgelijke interventie. Het aantal bedrijven dat betrokken is bij de AanDeBak-garantie is daarmee ook laag (2%). Acht bedrijven geven aan de garantie als bedrijf af te geven. Daarnaast geeft een aantal brancheorganisaties de AanDeBak-garantie af. Zij waarborgen dat de leerling binnen de bedrijven aangesloten bij de brancheorganisatie aan een stage of werkgever komt. In de enquête heeft geen van de bedrijven aangegeven dat zij via de brancheorganisatie deelneemt aan het initiatief. Van de bedrijven die hebben aangegeven de AanDeBak-garantie niet te kennen of deze niet aan te bieden, geeft overigens meer dan de helft (60%) aan hier mogelijk wel interesse in te hebben. Voorwaarde is voor veel bedrijven dat ze zien dat het resultaat oplevert. Op dit moment is dat moeilijk aan te tonen, aangezien veel organisaties pas kort geleden begonnen zijn met het afgeven van de AanDeBak-garantie. Ook vanuit de gehouden interviews kwam nog niet naar voren dat het afgeven van een startgarantie op dit moment ook daadwerkelijk de instroom bij bedrijven vergroot. De impact van de interventie is daardoor nog niet duidelijk te zien.

### **Meest kansrijke initiatieven en voorwaarden voor deelname**

Initiatieven gericht op mbo-scholieren worden door het bedrijfsleven als meest kansrijk gezien om bij de eigen organisatie in te zetten. Initiatieven gericht op het basisonderwijs het minst. Bedrijfsbezoeken en maatschappelijke stages worden door bedrijven gezien als meest interessante initiatieven om aan deel te nemen. Belangrijkste motieven om aan activiteiten deel te willen nemen zijn ook hier het vervullen van openstaande vacatures en het vergroten van de bekendheid van het bedrijf. Dat verklaart ook de duidelijke voorkeur van werkgevers voor initiatieven bij mbo-opleidingen.

Bedrijven kunnen verschillende redenen hebben om af te zien van deelname aan een of meerdere initiatieven. De belangrijkste voorwaarde voor bedrijven is dat het initiatief voorziet in een personeelsbehoefte; het is van belang dat de werkgever een personeelstekort heeft of verwacht. Ook andere toegevoegde waarde voor het bedrijf, zoals het verbeteren van het imago (van zowel het bedrijf als de branche), kan een voorwaarde zijn voor de werkgever.

### **Effectiviteit van de interventies**

Het is lastig om te toegevoegde waarde van BRIDGE-interventies voor werkgevers exact te bepalen. Ten eerste weten werkgevers vaak niet of de interventie die zij inzetten specifiek vanuit BRIDGE wordt georganiseerd en gefinancierd. Ten tweede ondernemen werkgevers vaak andere initiatieven die gelijktijdig lopen met een of meerdere BRIDGE-interventies. Hierdoor is het resultaat niet direct te herleiden tot een specifieke interventie. Ten derde hebben interventies die inzetten op het beïnvloeden van het keuzeproces van jongeren een lange adem en is het effect hiervan pas op langere termijn – en vaak sectoraal – te zien. Aangezien het project BRIDGE pas sinds 2016 actief is, kan niet worden verwacht dat de effecten al duidelijk zichtbaar zijn voor het bedrijfsleven. Toch kan gesteld worden dat bij een beperkte bekendheid onder het bedrijfsleven, de effectiviteit ook twijfelachtig is. Immers, het instrument heeft tot doel vraag en aanbod beter op elkaar te laten aansluiten.

Opgemerkt moet overigens ook worden dat dit onderzoek uitsluitend betrekking heeft op de resultaten bij werkgevers en is daarmee slechts een deel van de puzzel om de daadwerkelijke toegevoegde waarde van BRIDGE-interventies te bepalen. Hoe onderwijs en jongeren zelf de interventies ervaren is uiteraard van belang, dit komt in ander onderzoek aan bod.



Ondanks dat effectiviteit voor het bedrijfsleven lastig kan worden vastgesteld, zijn er wel indicaties/resultaten die iets zeggen over mogelijke effectiviteit. Zo waarderen de bedrijven BRIDGE-interventies of soortgelijke initiatieven als positief wanneer zij deze initiatieven inzetten. Vooral initiatieven als maatschappelijke stages, bliksemstages en grootschalige baanevenementen worden vaak ingezet door werkgevers. Bedrijven kennen een positieve grondhouding richting de BRIDGE-interventies. Werkgevers in de sectoren transport & logistiek, techniek, bouw & infra, zorg en voedingsmiddelenindustrie hebben vaak een tekort aan mbo-gechoold personeel en zijn bereid om deel te nemen aan initiatieven om dit tekort te doen afnemen. Wel is de term BRIDGE is vaak onbekend bij de werkgevers, al is het mogelijk dat zij deelnemen aan initiatieven die wellicht door BRIDGE gefinancierd worden of waarbij BRIDGE op de achtergrond een rol speelt, al dan niet via de brancheorganisatie. Het is belangrijk dat interventies inspelen op de collectiviteit van bedrijven bij een sector, aangezien problemen voor personeelstekort ook op collectief niveau spelen. Tegelijkertijd zijn niet alle bedrijven aangesloten bij een branchevereniging. Er zal dus eventueel ook nagedacht moeten worden over een andere vorm van het aanbieden van interventies in een collectief.

Werkgevers ervaren dat het personeelstekort vooral ontstaat door onbekendheid met of onwetendheid over de sector. Zij onderschrijven dat het belangrijk is om scholieren hierbij te ondersteunen, wat aansluit bij de doelen en interventies van BRIDGE. Er is dus welwillendheid onder de werkgevers, maar te zien is ook dat werkgevers vooral willen investeren wanneer het (potentieel) direct toegevoegde waarde heeft voor het bedrijf. Daarom richten zij zich nog vaak op mbo-leerlingen, in plaats van de jongeren die nog een studiekeuze moeten maken (basis- en middelbaar onderwijs). Juist in deze tegenstelling ligt een belangrijke opgave voor BRIDGE.

Kortom: veel bedrijven geven aan dat zij dergelijke initiatieven waarderen. Ondanks deze positieve houding wordt van sommige BRIDGE-interventies, zoals de AanDeBak-garantie, nog maar zeer beperkt gebruik gemaakt. Er liggen aan de kant van bedrijven dus zeker nog kansen. Wel is het zaak om zeer goed duidelijk te maken richting de bedrijven welke inzet van hen gevraagd wordt, en welke resultaten het voor hen oplevert.

#### *De AanDeBak-garantie*

De AanDeBak-garantie wordt op dit moment slechts beperkt ingezet en lijkt ergens in de keten school - branche - bedrijf te vervluchtigen. Ondanks dat de bekendheid bij de school en de branche er is, zijn er geen concrete voorbeelden te benoemen waar een bedrijf daadwerkelijk een student met een garantie in dienst heeft genomen die het bedrijf anders niet had aangenomen.

De AanDeBak-garantie wordt door de werkgevers dan ook vooral gezien als communicatiemiddel om jongeren te overtuigen om te kiezen voor een kansrijke sector. Zij beschouwen de AanDeBak-garantie als marketinginstrument. Zeker in tijden van hoogconjunctuur, met daarbij horende krapte op de arbeidsmarkt, verwachten zij dat jongeren met een studie in een van deze richtingen toch wel aan een baan komt. Met of zonder garantie. Het aantal bedrijven dat daadwerkelijk AanDeBak-garanties afgeeft en hiermee ook werknemers heeft aangenomen is gering. Het verstrekken van de AanDeBak-garantie kan wel invloed hebben op de studiekeuze van jongeren, maar het daadwerkelijke effect van de AanDeBak-garantie zal moeten blijken als het economisch conjunctuur gaat dalen en wanneer meer bedrijven deelnemen aan de AanDeBak-garantie. Het meedoen van bedrijven aan de AanDeBak-garantie kan worden versterkt door het resultaat voor deze bedrijven ook helderder te maken.

## 4. Aanbevelingen

Hierna volgen enkele aanbevelingen voor de verdere voortgang van BRIDGE en de AanDeBak-garantie die vanuit het onderzoek onder werkgevers gedaan kunnen worden. Wij doen hierbij geen specifieke aanbevelingen voor de werkgevers of voor de scholen, maar slechts voor de meerwaarde die BRIDGE voor hen zou kunnen of zou moeten hebben:

### 1. Inzet op mbo-opleidingen wordt door bedrijven zelf opgepakt

Werkgevers waarderen de initiatieven die op scholen worden ingezet. Zij geven aan de grootste kansen te zien in initiatieven op mbo-opleidingen en plegen hiervoor zelf ook de meeste inzet. Aangezien het nut en noodzaak van dergelijke interventies reeds door de werkgevers worden gezien, zou het BRIDGE-project in dit soort interventies relatief beperkt kunnen blijven tot een hooguit coördinerende rol.

### 2. Zorg dat de verwachte inzet van bedrijven duidelijk is

Wanneer werkgevers een tekort aan werknemers hebben, wordt het voor hen alsmaar lastiger om personeel op te leiden of studenten begeleiding te bieden bij stages. Coördinatie van inzet en duidelijkheid over de verwachte inzet van bedrijven door een project als BRIDGE is daarom van groot belang. Vaak geldt hierbij voor werkgevers dat zij voor een minimale tijdsinzet een maximaal resultaat willen. Duidelijkheid over de te verwachten effecten vooraf helpt om deze bedrijven te enthousiasmeren.

### 3. Zorg voor goede begeleiding op scholen

Werkgevers ervaren dat het vaak extra begeleiding vergt om jongeren uit Rotterdam-Zuid een stageplek aan te bieden. Ondersteuning voor deze jongeren in het onderwijs zien bedrijven daarom als noodzakelijk om jongeren in Rotterdam-Zuid beter te ondersteunen. Dit kan gaan om trainingen ter voorbereiding op sollicitaties, maar ook op sociaal-maatschappelijke begeleiding van jongeren met multi-problematiek. De combinatie van initiatieven gericht op deze jongeren (zoals bijvoorbeeld al ingezet via geïntegreerde territoriale investeringen) worden dan ook als positief gezien.

### 4. Werk aan een betere bekendheid van BRIDGE als geheel en de interventies individueel

Werkgevers zijn echter slechts zeer beperkt bekend met de interventies van BRIDGE. Dit komt deels door de nog relatief korte looptijd van het programma, maar ook door de beperkte inzet op brede bekendmaking van de instrumenten. Wanneer BRIDGE(-interventies) aan naamsbekendheid en imago winnen en ook positieve resultaten meer en beter worden gedeeld, zullen bedrijven zelf eerder aan dergelijke initiatieven deel willen nemen.

### 5. Zorg dat bedrijven gedeelde problematiek ook gezamenlijk aanpakken

Hoewel problemen vaak op een hoger (sectoraal) niveau spelen, pakken bedrijven initiatieven om te voorzien in de personeelsbehoefte vaak individueel aan. Zij zoeken slechts sporadisch samenwerking met andere bedrijven of scholen. Reden hiervoor is dat bedrijven bij voorkeur investeren in initiatieven waarvan zij zelf de vruchten plukken. Het gezamenlijk organiseren van initiatieven vergroot sectorbrede impact, bijvoorbeeld via brancheverenigingen. Het zorgt ervoor dat een sectoraal probleem niet op de schouders van individuele werkgevers terecht komt. Door een evenwichtigere inzet vanuit verschillende werkgevers beperkt het de benodigde inzet voor individuele werkgevers.

## 6. Zet de Aan-de-Bak-garantie in als marketinginstrument

Op dit moment ziet het bedrijfsleven de Aan-de-Bak-garantie vooral als marketinginstrument voor de sector. Zij zien het niet als een instrument voor hen zelf. Dit blijkt ook uit het feit dat het instrument vaak ergens verzand in de keten tussen school-branch-bedrijf. Uiteindelijk is de inzet van het bedrijfsleven hierin slechts beperkt. Zij geven ook aan dat in deze sectoren het krijgen van werk tijdens of na een opleiding ook geen probleem is. Vaak wordt zelfs al een financiële prikkel gegeven door het betalen van opleidingen door bedrijven. Het afgeven van een dergelijke garantie heeft voor hen daarom ook beperkte waarde. Inzet van de Aan-de-Bak garantie als marketinginstrument voor opleidingen kan nadrukkelijk een keuze zijn. Het effect zit hem dan met name in de bewustwording richting leerlingen dat men aan de slag kan na een opleiding en een hogere instroom richting deze opleidingen. Het zoeken van aansluiting bij initiatieven die door het bedrijfsleven al worden ondernomen kan hierbij van toegevoegde waarde zijn.

# 1 Inleiding

## 1.1 Aanleiding en doel

De groeiende economie van de afgelopen jaren zorgt voor meer werkgelegenheid in de meeste economische sectoren. Alleen komt de kennis, opleiding en werkervaring van de werkende en werkloze beroepsbevolking vaak niet een-op-een overeen met de functie-eisen in deze sectoren. Tevens kiezen jongeren niet altijd voor een opleiding die aansluit op de vraag van de werkgevers. In een aantal sectoren en beroepen is de instroom van jongeren uit het onderwijs en de zij-instroom van andere sectoren en beroepen te klein om de werkgelegenheidsgroei en de uitstroom richting pensioen op te vangen. Dit zorgt voor een mismatch op de arbeidsmarkt.<sup>4</sup>

In februari 2011 verscheen het rapport 'Kwaliteitssprong Zuid, ontwikkeling vanuit Kracht'. Hierin werd geconcludeerd dat Rotterdam-Zuid kampt met problemen die on-Nederlands zijn. Zo kent Rotterdam-Zuid een hogere (jeugd-)werkloosheid dan andere gebieden in Rotterdam, de vier grootste gemeenten in Nederland (G4) en Nederland als geheel<sup>5</sup>. De commissie stelde dat de gemeente Rotterdam, het Rijk, bewoners, woningcorporaties, bedrijfsleven, scholen en andere lokale partners gezamenlijk en vanuit een gedeelde visie aan de slag moeten om doorbraken te realiseren op Rotterdam-Zuid. Dit was aanleiding om het Nationaal Programma Rotterdam Zuid (NPRZ) op te zetten. Dit programma heeft drie pijlers: Onderwijs, Werk en Wonen.<sup>6</sup>

Via het project BRIDGE (Building Right Investments for Delivering a Growing Economy) heeft NPRZ een samenhangend LOB-programma ontwikkeld en geïmplementeerd, die de aansluiting tussen onderwijs en arbeidsmarkt in Rotterdam-Zuid voor jongeren beogen te verbeteren, met name door een betere loopbaanoriëntatie en –begeleiding (LOB). Deze interventies hebben vaak tot doel jongeren bewuster te laten kiezen voor een opleiding met veel kans op werk, hen te stimuleren om het meeste uit zichzelf te halen, interesses en talenten te ontdekken, en hen beter kennis te laten maken met mogelijke werkgevers. Indirect heeft dit voor de vraagzijde van de arbeidsmarkt tot effect dat (manifeste en latente) vacatures sneller en/of kwalitatief beter vervuld worden; tekorten aan arbeid afnemen binnen arbeidsorganisaties waardoor productie toeneemt; een deel van de werknemers van buiten de regio gesubstitueerd worden voor werknemers uit Rotterdam-Zuid door werkgevers. Het project BRIDGE is in de periode van eind 2016 gestart en loopt tot november 2019 in Rotterdam-Zuid met steun van de Europese Commissie, het Europese fonds Urban Innovative Actions (UIA). Voor financiering van het vervolg van het programma wordt met verschillende betrokken partijen gesproken.

### Doel van de evaluatie

Dit onderzoek heeft tot doel zicht te krijgen op de effecten van BRIDGE-interventies bij werkgevers en op de behoeften en motivatie van werkgevers om al dan niet betrokken te raken bij deze interventies. Het onderzoek heeft hiermee zowel betrekking op arbeidsparticipatie van jongeren in Rotterdam-Zuid (een sociaal vraagstuk) als een cohesievraagstuk waarbij werkgevers een belangrijke rol spelen (een ruimtelijk-economisch vraagstuk).

<sup>4</sup> UWV (2018). Regio in Beeld: Rijnmond.

<sup>5</sup> Gemeente Rotterdam (2015). Bereikbaarheid arbeidsmarkt Rotterdam-Zuid.

<sup>6</sup> NPRZ (2017). Over NPRZ. Geraadpleegd via: [www.nprz.nl/over-nprz/nprz/over-ons](http://www.nprz.nl/over-nprz/nprz/over-ons).

Doel van BRIDGE is toekomstige jeugdwerkloosheid te voorkomen door middel van loopbaanbegeleiding. Om te onderzoeken in hoeverre de BRIDGE-interventies (en specifiek de AanDeBak-garantie) volgens werkgevers en branches effectief zijn, is het belangrijk om te onderzoeken in hoeverre beoogde doelstellingen en resultaten zijn bereikt. Onder effectiviteit verstaan we de mate waarin de uitgevoerde maatregelen vanuit de BRIDGE-interventies hebben bijgedragen aan het realiseren van de doelstellingen van het programma. Voor de vraagzijde van de arbeidsmarkt zijn de indirecte effecten van belang: bestaande (manifeste en latente) vacatures worden sneller en/of kwalitatief beter vervuld; tekorten aan arbeid binnen arbeidsorganisaties nemen af en daardoor neemt de productie toe; bedrijven substitueren een deel van de werknemers van buiten de regio voor werknemers uit Rotterdam-Zuid.

Dit onderzoek richt zich specifiek op de vraagzijde van het project BRIDGE, de werkgevers. De aanbodzijde, het onderwijs, valt niet binnen de scope van dit onderzoek en wordt apart onderzocht<sup>7</sup>.

### BRIDGE-interventies

Het programma BRIDGE wil de keuze voor veel gevraagde opleidingen door de regionale arbeidsmarkt stimuleren, in het bijzonder opleidingen in techniek, haven en zorg. Maar het programma kent ook interventies die in meer algemene zin jongeren voorbereiden op de arbeidsmarkt. Eén van de belangrijkste interventies is de AanDeBak-garantie (voorheen Carrière startgarantie). De AanDeBak-garantie wordt in verschillende sectoren in verschillende vormen afgegeven. Dit kan variëren van een garantie op een stageplaats tijdens de opleiding, tot een of meerdere sollicitatiegesprekken, of zelfs een garantie op een baan (met een jaarcontract) na afloop van de opleiding. In hoofdstuk 3 worden het BRIDGE-project en haar interventies nader toegelicht.

## 1.2 Onderzoeksvragen

*De onderzoeksvragen in dit onderzoek zijn als volgt:*

1. Wat zijn de behoeften in de personeelsvoorziening bij de werkgevers, afgezet naar sector?
  - a. Wat zijn daarin de specifieke knelpunten in de personeelsvoorziening?
  - b. Verwachten de werkgevers dat de doelgroep van de BRIDGE-interventies kan voldoen aan deze behoeften?
2. In welke mate zijn bedrijven bekend met en maken zij gebruik van BRIDGE-interventies (specifiek de AanDeBak-garantie)?
3. In hoeverre zijn de BRIDGE-interventies en specifiek de AanDeBak-garantie effectief?
  - a. In hoeverre zijn de beoogde doelstellingen en resultaten van de BRIDGE-interventies bereikt?
  - b. Welke randvoorwaarden zijn noodzakelijk bij het bereiken van effecten met de BRIDGE-interventies?
4. Onder welke voorwaarden zouden bedrijven die nu nog niet betrokken zijn bij BRIDGE-interventies hiertoe wel willen overgaan?
  - a. Welke mogelijkheden zijn er voor optimalisatie van de BRIDGE-interventies (en specifiek de AanDeBak-garantie)?
5. Zijn er bij werkgevers suggesties voor andere interventies dan die uit BRIDGE om de arbeidsmarktpositie van jongeren van Zuid en instroom in de bedrijven te versterken?

---

<sup>7</sup> Zie ook: SEOR (2018). BRIDGE: de brug van onderwijs naar werk; eerste monitoring- en evaluatierapport.

### Afbakening onderzoek

Het merendeel van de lager- en middelbaar opgeleide bevolking van Rotterdam-Zuid werkt in Rotterdam of binnen het Rijnmondgebied. Jongeren en werknemers met een laag opleidingsniveau reizen relatief het kortst naar hun werk; gemiddeld 19 kilometer op en neer per dag<sup>8, 9</sup>. Het deel van de jongeren uit Rotterdam-Zuid dat buiten de regio Groot-Rijnmond werkt, is dus waarschijnlijk klein. Daarom is in dit onderzoek gekozen voor een afbakening met werkgevers uit de regio Groot-Rijnmond<sup>10</sup>.

Het onderzoek richt zich op werkgevers in vijf sectoren die actief zijn in de regio Groot-Rijnmond en die overwegend tekorten ervaren in mbo-geschoold personeel (landelijk gezien). Dit betreft de sectoren: transport & logistiek, zorg, bouw & infra, techniek en de voedingsmiddelenindustrie.

## 1.3 Leeswijzer

- In **hoofdstuk 2** wordt nader ingegaan op de gehanteerde onderzoeksmethode. Daarbij wordt onder andere gekeken naar de omvang van de onderzoekspopulatie, omvang en wijze van steekproeftrekking, respons en de opzet en totstandkoming van de vragenlijst.
- In **hoofdstuk 3** wordt het project BRIDGE en haar interventies toegelicht. Daarbij wordt beschreven wat de aanleiding voor BRIDGE is geweest en wat de doelen van de interventies zijn ook wordt er nader ingegaan op het bepalen van de effectiviteit.
- Op basis van de uitkomsten van het veldwerkonderzoek en aanvullende gegevens vanuit de interviews wordt in **hoofdstuk 4** een aantal kenmerken van de arbeidsmarkt van de Rotterdamse bedrijven in beeld gebracht. Voorbeelden hiervan zijn onder andere het aantal bedrijven dat mbo-geschoold personeel in dienst heeft, het aantal onvervulbare vacatures, etc.
- In **hoofdstuk 5** staat de bekendheid met BRIDGE-interventies centraal en hierbinnen specifiek de AanDeBak-garantie en **hoofdstuk 6** gaat specifiek in kansrijke initiatieven die het bedrijfsleven voor zich ziet. Oftewel, in de hoofdstukken 3, 4 en 5 wordt aan de hand van de uitkomsten van het veldwerkonderzoek een antwoord gegeven op deze hoofdvragen en de achterliggende onderzoeksvragen.
- Aan de hand van de gestelde onderzoeksvragen worden in **hoofdstuk 7** de belangrijkste conclusies op een rij gezet.
- Aan het begin van het rapport is een **samenvatting** opgenomen. In de **bijlagen** zijn nadere detailleringen opgenomen, waaronder de gehanteerde vragenlijst.

---

<sup>8</sup> CBS (2016). Transport en mobiliteit.

<sup>9</sup> Goudappel Koffeng & Kennisinstituut voor Mobiliteit (2010). Woon-werkverkeer als drijvende kracht achter groei automobilititeit.

<sup>10</sup> Gemeenten: Albrandswaard, Barendrecht, Brielle, Capelle aan den IJssel, Goeree-Overflakkee, Hellevoetsluis, Hoeksche Waard, Krimpen aan den IJssel, Krimpenerwaard, Lansingerland, Maassluis, Nissewaard, Ridderkerk, Rotterdam, Schiedam, Vlaardingen, Westvoorne en Zuidplas.



## 2 Onderzoeksmethoden

### 2.1 Inleiding

Voor het evaluatieonderzoek is gebruikgemaakt van drie onderzoeksmethoden:

1. Interviews met brancheorganisaties en belanghebbenden bij BRIDGE-interventies;
2. Vragenlijst onder werkgevers;
3. Focusgroep met werkgevers en aanvullende interviews onder werkgevers.

Zoals in het vorige hoofdstuk reeds aangegeven zijn de werkgevers allen gevestigd in Groot-Rijnmond en opererend in vijf sectoren: transport & logistiek, zorg, bouw & infra, techniek en de voedingsmiddelenindustrie.

### 2.2 Interviews

In totaal zijn drie interviews met belanghebbenden bij de BRIDGE-interventies, en zes interviews met brancheorganisaties afgenomen. Zie tabel 0.1 in bijlage 1 voor de lijst met geïnterviewden. Deze interviews zijn face-to-face afgenomen, met uitzondering van één telefonisch interview.

Met interviews onder belanghebbenden is informatie verzameld over de werking van en ervaring met BRIDGE-interventies, specifiek de AanDeBak-Garantie. Deze partijen zijn belanghebbend in de zin dat hun organisatie betrokken zijn bij de uitvoering van één of meerdere BRIDGE-interventies. Met de input van deze interviews is de topiclist voor de interviews met brancheorganisaties aangescherpt. Met interviews onder brancheorganisaties zijn de (personeels)behoeften van werkgevers voor de specifieke sectoren opgehaald. Alle vijf sectoren zijn vertegenwoordigd door minimaal één brancheorganisatie die actief is in Groot-Rijnmond.

De resultaten van de interviews zijn verwerkt in de vragenlijst onder werkgevers (onderzoeksmethode 2). De brancheorganisaties hebben tevens de mogelijkheid gehad om de vragenlijst vooraf door te nemen en hier feedback op te leveren.

### 2.3 Vragenlijst onder werkgevers

Om de behoeften en ervaringen van werkgevers te peilen is een grootschalige enquête opgezet. Voor deze vragenlijst is gebruikgemaakt van drie methoden, om een hoge respons te waarborgen:

1. **Telefonische enquête** onder een representatieve steekproef van werkgevers in Groot-Rijnmond. Deze telefonische enquête is onder verantwoordelijkheid van Ecorys uitgevoerd door Dimensus Beleidsonderzoek en heeft geleid tot een respons van 415 werkgevers. Er is bewust gekozen om de vragenlijst telefonisch uit te zetten, zodat de respons wordt verhoogd door werkgevers persoonlijk te benaderen vragen van werkgevers direct beantwoord kunnen worden.
2. **Online enquête** met een openbare link die brancheorganisaties kunnen uitzetten/doorsturen naar hun leden. De uitnodiging is door vier van de brancheorganisaties per e-mail gestuurd naar (een deel van) hun leden. Sommige brancheorganisaties hebben de uitnodiging aan alle

leden in de regio gestuurd, terwijl anderen de uitnodiging alleen verstuurd hebben aan leden die de AanDeBak-garantie afgeven. Dit heeft geleid tot een extra respons van 91 werkgevers.

3. **Face-to-face enquête** bij drie grote werkgevers die betrokken zijn bij/of interesse hebben getoond in de AanDeBak-garantie. Door in gesprek met deze werkgevers de vragenlijst af te nemen, werd gewaarborgd dat zij vertegenwoordigd zijn in het onderzoek en kon tijdens het gesprek duiding worden gegeven aan de antwoorden. Twee grote werkgevers zijn benaderd om de vragenlijst face-to-face af te nemen, maar hebben uiteindelijk zelf de enquête online ingevuld.

### 2.3.1 Opzet vragenlijst

De vragenlijst bestaat uit 26 vragen en gaat in op personeelsbehoeften, de bekendheid van BRIDGE-interventies en het gebruik daarvan, en eventuele andere suggesties om personeelsproblemen op mbo-niveau (deels) op te lossen. De vragenlijst is opgenomen in bijlage 2.

Bij het opzetten van de vragenlijst stonden twee punten centraal:

- Vanuit de interviews is de aanname dat veel werkgevers 'BRIDGE' als naam niet kennen, maar wellicht wel specifieke interventies hiervan kennen (zoals de AanDeBak-garantie). Er is daarom bewust gekozen om 'BRIDGE' niet als term te gebruiken in de vragenlijst.
- Om een goede respons te waarborgen was het belangrijk de vragenlijst zo kort mogelijk te maken. Een manier om dit te waarborgen was door veel routing te gebruiken in de vragenlijst. Bijvoorbeeld wanneer iemand wel of geen mbo-geschoold personeel in dienst heeft of wanneer iemand wel of niet de AanDeBak-garantie kent. Doordat werkgevers alleen voor hun relevante vragen hoeven te beantwoorden, is de bereidheid tot invullen groter.

### 2.3.2 Representativiteit enquêtemethoden

De uitkomsten van de telefonische enquête zijn representatief voor alle werkgevers van de vijf sectoren in Groot-Rijnmond. De respons is geworven door middel van een a-selectie steekproef en is groot genoeg om representatief te zijn. De respons is niet hoog genoeg om naar specifieke sector representatieve uitspraken te doen. De enquête is naast telefonisch, ook online en face-to-face afgenomen, waar de respons selectief is geworven. De uitkomsten van de online en face-to-face enquête zijn daarom niet representatief voor alle werkgevers van de vijf sectoren in Groot-Rijnmond. Zo zijn de online enquêtes veelal ingevuld door werkgevers die zijn benaderd door hun brancheorganisatie en zijn de face-to-face enquêtes afgenomen onder werkgevers die in bepaalde mate zijn betrokken bij de AanDeBak-garantie.

In de resultaten worden in eerste instantie de resultaten van de telefonische enquête weergegeven.

### 2.3.3 Steekproef telefonische enquête

Vooraf is op basis van vier criteria een steekproef samengesteld:

1. Het bedrijf moet in de regio Groot-Rijnmond gevestigd zijn.
2. De SBI-codes van de bedrijven vallen binnen de vijf sectoren waar dit onderzoek zich op richt. Deze SBI-codes zijn vastgesteld met input van de desbetreffende brancheorganisaties.
3. Het bedrijf moest meer dan 10 werknemers in dienst hebben, aangezien (zeer) kleine bedrijven weinig mogelijkheden hebben om stagiaires of werknemers te begeleiden. Deze aanname is getoetst bij de brancheorganisaties en zij bevestigden dit beeld. Goede begeleiding bieden in een klein bedrijf was vooral een heikel punt wanneer veiligheid gegarandeerd moest worden

(bijvoorbeeld in de sectoren bouw of techniek). Alleen in de zorg is dit bijgesteld naar 5 werknemers, naar aanleiding van het interview met de brancheorganisatie.

4. Er moest een telefoonnummer en e-mailadres van een contactpersoon (algemeen directeur, financieel directeur en/of HR-medewerker) bekend zijn. Dit was voor 66 procent van de bedrijven die aan de voorgaande vereisten voldeden het geval.

Deze selectie leidde tot een steekproef van 2.192 werkgevers in regio Groot-Rijnmond (tabel 2.1).

**Tabel 2.1 Steekproef telefonische enquête naar bedrijven per sector in Groot-Rijnmond**

Sectoren	Steekproefgrootte Groot-Rijnmond
Transport & logistiek	821
Zorg	352
Bouw & infra	524
Industrie	457
Voedingsmiddelenindustrie	38
<b>Totaal</b>	<b>2.192</b>

Bij de bovenstaande sectorindeling is uitgegaan van de sbi-classering van het bedrijf, zoals het is ingeschreven bij de Kamer van Koophandel. Opgemerkt moet worden dat de sbi-code slechts beperkte informatie geeft, omdat de sbi-code niet altijd aansluit op de belangrijkste werkzaamheden die door het bedrijf worden uitgevoerd. Daarnaast is er in de sbi-classering geen ruimte om bedrijven op het grensvlak tussen verschillende sectoren (cross-sectoraal) te onderscheiden. In de enquête hebben wij de bedrijven daarom gevraagd in welke sector zij zichzelf zouden indelen op basis daarvan onze indeling gemaakt. Het is dus mogelijk dat bedrijven die wij op basis van de sbi-classering hebben ingedeeld in een sector op basis van de reactie op de vraag in een andere sector zijn beland. Om die reden is het niet mogelijk een responspercentage per sector te geven. Wij hebben op basis van de gegeven reacties ook een categorie 'overig' toegevoegd. Hieronder vallen bedrijven bijvoorbeeld beveiligingsbedrijven en bedrijven in de groot- en detailhandel.

## Respons

In de periode mei 2019 tot juni 2019 zijn de bedrijven telefonisch benaderd om mee te werken aan het onderzoek (tabel 2.2). Dit heeft geleid tot een totale respons van 415 bedrijven (20,5%) voor de telefonische enquête. Dit is een hoger responspercentage dan verwacht, wat de welwillendheid van het bedrijfsleven over dit onderwerp aangeeft. Voor de validiteit van de data is gecontroleerd voor dubbeltellingen bij de online en telefonische enquête door middel van het vergelijken van e-mailadressen. Het kwam niet aantoonbaar voor dat bedrijven tweemaal de vragenlijst hadden ingevuld.

**Tabel 2.2 Respons telefonische enquête naar bedrijven per sector in Groot-Rijnmond**

	Telefonische enquêtemethode
Totaal aantal bedrijven (steekproef)	2.192
Onbruikbaar/onbereikbaar	145
Aantal respondenten	415
<b>Netto responspercentage</b>	<b>20,5%</b>

## 2.4 Focusgroepen

De derde onderzoeksmethode was het houden van focusgroepen met werkgevers. In deze bijeenkomsten werden de resultaten van de vragenlijst gepresenteerd, getoetst en geduid bij de deelnemers. Het hoofddoel van de bijeenkomsten is om te komen tot concrete aanbevelingen hoe werkgevers hun personeelstekorten (mbo-geschoold) kunnen oplossen en tevens de jongeren uit Rotterdam-Zuid meer kunnen binden aan hun organisatie. In de focusgroepen is gebruikgemaakt van stellingen en open vragen om het gesprek en de discussie op gang te brengen.

Uiteindelijk is één focusgroep gehouden met zes deelnemers uit vijf bedrijven (zie tabel 0.2 in bijlage 1), waaronder drie bedrijven uit de techniek, één uit de zorg en één uit de logistiek op 27 juni 2019. Deze deelnemers waren allen niet bekend met BRIDGE en deden niet mee met de AanDeBak-garantie. In de vragenlijst waren werkgevers gevraagd of zij interesse hadden in deelname aan de focusgroep. Deze werkgevers zijn samen met de deelnemers aan de interviews (brancheorganisaties en werkgevers) benaderd met meer informatie. De lage respons van 7 procent kan komen doordat de vragenlijsten voornamelijk telefonisch zijn afgenomen, waarbij respondenten wellicht sociale druk hebben ervaren om te antwoorden dat zij interesse hadden.

**Tabel 2.3 Respons focusgroep door bedrijven in Groot-Rijnmond**

Telefonische enquêtemethode	
Aantal bedrijven met interesse voor focusgroep	84
Aantal deelnemers focusgroep	6
<b>Netto responspercentage</b>	<b>7,1%</b>

Vooraf was uitgegaan van twee focusgroepen. Om aanvullende informatie te werven over specifieke personeelsbehoeften en of (/hoe) BRIDGE-interventies aan deze wens kunnen voldoen, zijn vier telefonische interviews gehouden (zie tabel 0.2 in bijlage 1). Deelnemers waren de werkgevers die wel geïnteresseerd waren in de focusgroepen, maar wegens logistieke redenen niet aanwezig konden zijn.

## 2.5 Representativiteit data

Bekend is dat de respons op een enquête onder werkgevers meestal laag is. Dit werd vooraf dan ook al voorzien. Hier is op ingespeeld door middels datatriangulatie de enquête op meerdere methoden af te nemen. De data van de telefonische enquête zijn verkregen door middel van een selectieve en representatieve steekproef van werkgevers uit Groot-Rijnmond. Deze beschrijvende data is informatief als het gaat om de personeelsbehoeften en de bekendheid van BRIDGE en andere initiatieven in beeld te brengen. Daarnaast is een aantal enquêtes gericht afgenomen bij werkgevers die al bekend zijn met BRIDGE, zodat meer inzicht ontstaat in de effecten en meerwaarde van BRIDGE-interventies. Tot slot hebben een focusgroep en aanvullende interviews plaatsgevonden om de opgehaalde informatie te toetsen en bespreken met werkgevers. Zo werd invulling gegeven aan concrete aanbevelingen hoe BRIDGE of soortgelijke initiatieven verrijkt kunnen worden.

## 3 Achtergrond van het project BRIDGE en betrokkenheid van ondernemers

### 3.1 Inleiding

Om de resultaten van het onderzoek in perspectief te plaatsen, gaan we in dit hoofdstuk allereerst nader in op de achtergrond van het project BRIDGE. Daarbij wordt ingegaan op de problematiek op Rotterdam-Zuid en de ontwikkelingen in de afgelopen jaren.

### 3.2 BRIDGE-interventies

Het Nationaal Programma Rotterdam-Zuid (NPRZ) stelt in het Uitvoeringsprogramma NPRZ 2019-2022 dat er in Rotterdam-Zuid een mismatch tussen onderwijs en arbeidsmarkt. Zo zijn de kansen op werk het grootst in de haven, de techniek en de zorg, maar is het aantal jongeren dat kiest voor een opleiding in deze richtingen laag in verhouding tot het aantal beschikbare banen. NPRZ heeft tot doel om de achterstand van Rotterdam-Zuid ten opzichte van de rest van Rotterdam en de G4 in te lopen.

Het project BRIDGE (Building Right Investments for Delivering a Growing Economy) is een aanvraag geweest op het Europese subsidieprogramma Urban Innovative Actions. Vanuit dit subsidieprogramma zijn middelen beschikbaar gesteld voor projecten in het thema 'jobs and skills'.

Met de interventies wordt beoogd de aansluiting tussen onderwijs en arbeidsmarkt te verbeteren en te versnellen. Om dit te realiseren is afgesproken dat in 2019 op iedere school in Rotterdam-Zuid een passend LOB-programma is geïmplementeerd en dienen er jaarlijks 600 leerlingen te kiezen voor een opleiding met een AanDeBak-garantie. Dit betekent ook dat er jaarlijks minimaal 600 startgaranties door werkgevers moeten worden afgegeven.

#### 3.2.1 De interventiestructuur

Het aanbod aan LOB-activiteiten is zo vormgegeven, dat het aansluit aan bij de leefwereld van leerlingen vanaf groep 6 en met leerlingen meebeweegt op alle vervolgniveaus tot aan het succesvol betreden van de arbeidsmarkt. De activiteiten zijn opgedeeld in vier thema's:

1. Ontdekken en ervaren; via activiteiten maken leerlingen op een praktische manier kennis met hun talenten, hun interesses en met studierichtingen en beroepen in de zorg, haven en techniek.
2. Reflecteren en kiezen; activiteiten zijn gericht op bewustwording van eigen talent en het maken van kansrijke en passende keuzes.
3. Aansluiting arbeidsmarkt; focus van de activiteiten ligt op werknemersvaardigheden, presentatie aan werkgevers en direct aan de slag gaan bij werkgevers.
4. Training en scholing leerkrachten en docenten; activiteiten omvatten het professionaliseren van leraren in onder andere het voeren van loopbaangesprekken en ondersteuning van scholen bij de invoering van LOB-activiteiten.

Eén van de belangrijkste BRIDGE-interventies is de AanDeBak-garantie (voorheen Carrière Startgarantie; zie tabel 3.1). Doel van de AanDeBak-garanties is ervoor te zorgen dat jaarlijks de helft van de jongeren die naar het vmbo gaan, kiest voor een opleiding met arbeidsmarktperspectief in zorg, haven en techniek. Dit moet voorkomen dat jongeren door een onvoldoende doordachte studiekeuze niet 'aan de bak' komen.<sup>11</sup> De uitvoeringspraktijk van de AanDeBak-garantie is zeer divers en verschilt per sector, zo kunnen werkgevers ook een AanDeBak-garantie geven voor een leerwerkplek of de garantie op een sollicitatiegesprek. Sommige werkgevers bieden een garantie aan in een samenwerkingsverband, bijvoorbeeld via de branchevereniging.

De schoolbesturen hebben met elkaar afgesproken dat alle scholen een volledig en samenhangend LOB-programma uitvoeren voor hun leerlingen en ouders. Tabel 3.1 toont een overzicht van de interventies waarbij werkgevers betrokken kunnen zijn.

**Tabel 3.1 Overzicht van de BRIDGE-interventies waarbij werkgevers betrokken (kunnen) zijn**

Interventie	Beschrijving
Kennismaken met de haven	Leerlingen gaan groepsgewijs op excursie naar de haven en het educatief informatiecentrum voor de haven (EIC). Voor het bezoek wordt de excursie voorbereid en achteraf wordt een verslag geschreven.
Bedrijfsbezoeken: bliksemstages in po en vo onderbouw	Jongeren maken in kleine groepjes kennis met een bedrijf of instelling en het werk dat daar wordt verricht. Doe-opdrachten spelen een centrale rol in het bezoek. Na bezoek maken de leerlingen een verslag.
Bedrijfsbezoeken in vo bovenbouw	Vergelijkbare aanpak als bliksemstage in po en vo onderbouw.
Technieklessen en -workshops	Basisscholen kiezen zelf uit een pakket van lessen en workshops die worden aangeboden door een groot aantal organisaties.
Sollicitatietrainingen	Leerlingen oefenen met het voeren van een sollicitatiegesprek via het schrijven een brief en rollenspelen met vertegenwoordigers vanuit bedrijfsleven (en instellingen).
AanDeBak-garantie/Carrière startgaranties	Werkgevers geven jongeren garantie op een eerste werkplek als zij kiezen voor een specifieke mbo-opleiding in zorg, haven of techniek en welke kan worden verzilverd indien zij de opleiding succesvol afronden (soms gelden nog enkele aanvullende voorwaarden). De uitvoeringspraktijk is zeer divers, zo kunnen werkgevers ook een AanDeBak-garantie geven voor een leerwerkplek of de garantie op een sollicitatiegesprek. Sommige werkgevers bieden een garantie aan in een samenwerkingsverband, bijvoorbeeld via de branchevereniging.
Evenementen kennismaking met beroepen en vakken	Een evenement om een bepaalde sector nader te belichten. Dit kan vanuit één aanbieder worden georganiseerd (Shell, Defensie), maar ook een samenwerkingsverband van diverse aanbieders. Voorbeelden zijn: Gaan voor een baan!; TechWorld; Shell Eco Marathon; Skills Masters; Week van de Procestechiek; Week van de levensmiddelenindustrie; Week van Zorg en Welzijn.
Maatschappelijke stages	Leerlingen in middelbaar onderwijs verrichten voor een x-aantal uren vrijwilligerswerk als onderdeel van de schoolcarrière

Bron: Regioplan (2018). Evaluatie BRIDGE NPRZ: Onderzoek onder scholen schooljaar 2017/2018.

<sup>11</sup> NPRZ Uitvoeringsplan 2019-2022.



### 3.2.2 *Het bepalen van de effectiviteit*

De bovengenoemde interventies zijn niet allemaal door BRIDGE zelf geïntroduceerd, maar werden soms al door brancheverenigingen uitgevoerd. BRIDGE heeft echter een rol gespeeld in het verzamelen en bundelen van initiatieven en richt zich hierbij specifiek op jongeren in Rotterdam-Zuid. BRIDGE voert veelal niet direct de interventies uit, maar heeft hiervoor contact met scholen, brancheverenigingen en verschillende werkgevers. Het is daardoor moeilijk om te zeggen wanneer een resultaat door het programma BRIDGE is bereikt en wanneer niet. Hierdoor, en door de relatief korte looptijd van de interventies, is het lastig om de effectiviteit van BRIDGE een-op-een te onderzoeken.

Dit onderzoek is gericht op de ervaringen bij het bedrijfsleven. Het bedrijfsleven krijgt alleen te maken met jongeren die: 1) gekozen hebben voor een opleiding; 2) bezig zijn met deze opleiding of deze ook hebben afgerond; 3) ook daadwerkelijk zoeken naar een baan of stageplaats binnen hun sector. Resultaten en effecten bij het bedrijfsleven zijn daarom te meten aan het aantal jongeren vanuit Rotterdam-Zuid dat komt solliciteren, al dan niet met een AanDeBak-garantie, en de ervaringen van het bedrijfsleven met de BRIDGE-interventies.

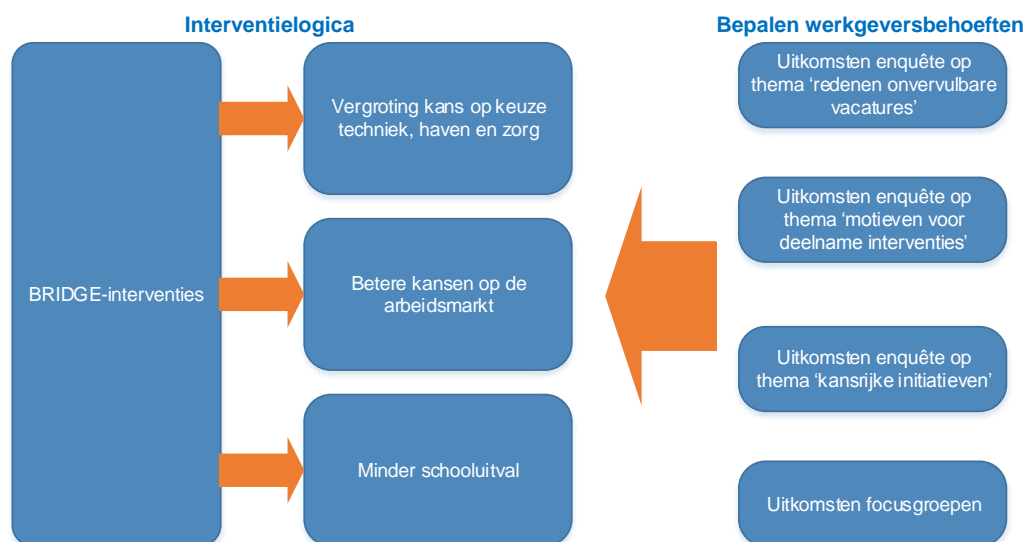
Om die reden wordt onderscheid gemaakt naar twee groepen:

1. Bedrijven die ervaring hebben met interventies (zoals deze door BRIDGE worden ingezet);
2. Bedrijven die geen ervaring hebben met de interventies, maar wel behoefte hebben aan een interventie (zoals BRIDGE kan inzetten).

In deze evaluatie worden daarom de behoeften van het bedrijfsleven afgezet tegen de doelen van BRIDGE en de daarbij behorende interventielogica (zie figuur 3.1). In onderstaand figuur is aangegeven welke wijze van dataverzameling (rechts) wordt ingezet om deze effectiviteit in kaart te brengen. De effectiviteit van het programma wordt gemeten aan de hand van positieve ervaringen van de gebruikers van de eerste groep en/of de behoeften van de bedrijven die nog geen ervaring hebben met de BRIDGE-interventies. In het laatste geval zal er vooral ingezet moeten worden op de bekendheid van en de communicatie van de interventies.

Veel activiteiten en inzet vanuit het BRIDGE-programma hebben geen weerslag op het bedrijfsleven, maar op leerlingen en docenten. Het meten van effectiviteit bij deze groepen valt buiten de scope van dit onderzoek. Voorliggend onderzoek is dus een stukje van de puzzel om de effectiviteit van de interventies van BRIDGE te bepalen, maar geeft geenszins volledige antwoord op deze vraag.

**Figuur 3.1 Methoden om werkgeversbehoeften te bepalen om de effectiviteit van interventies te meten**



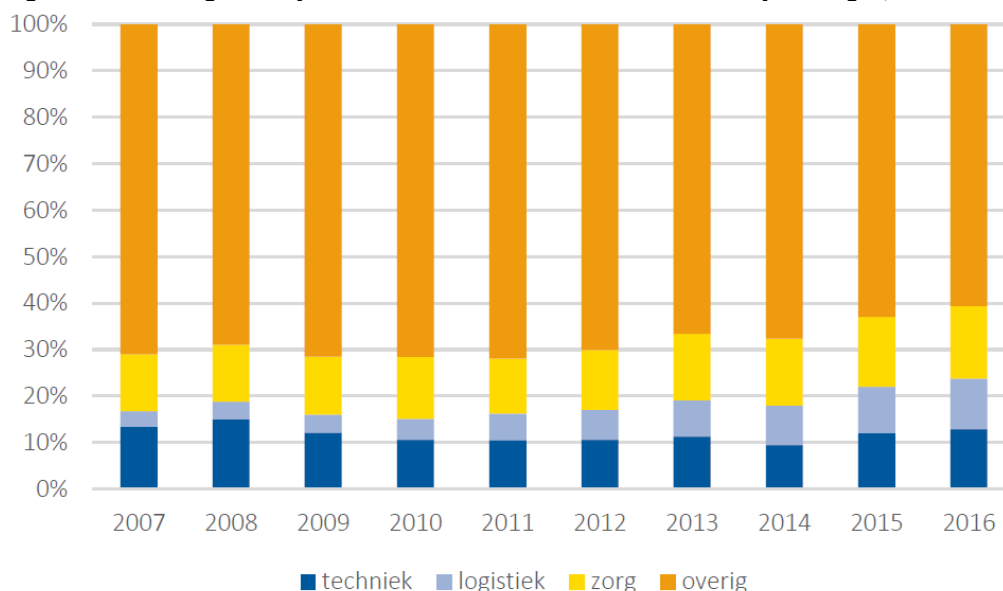
### 3.3 Ontwikkelingen op Rotterdam-Zuid

In deze paragraaf gaan we in op de ontwikkeling van opleidingsrichtingen in Rotterdam-Zuid en op de arbeidsparticipatie en ontwikkeling van het aantal vacatures in Rotterdam als geheel.

#### 3.3.1 Ontwikkeling opleidingsrichtingen

Wanneer wordt gekeken naar de ontwikkeling de studierichtingkeuze van mbo-studenten op Rotterdam-Zuid, valt op dat het aandeel leerlingen dat kiest voor de techniek, logistiek of zorg de afgelopen jaren is toegenomen.

**Figuur 3.2 Percentage eerstejaars mbo-studenten in verschillende onderwijsrichtingen, Rotterdam-Zuid**



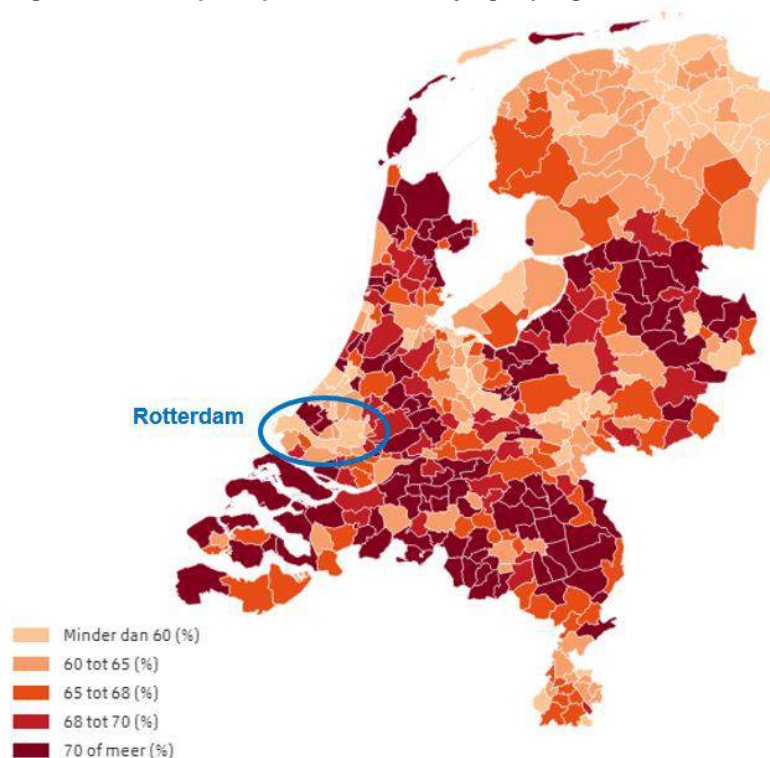
Bron: SEOR (2018)

Er wordt in Rotterdam-Zuid volgens SEOR (2018) zelfs vaker dan in andere regio's gekozen voor opleidingen in de zorg. De zwakkere arbeidsmarktpositie van jongeren in Rotterdam-Zuid lijkt volgens hen dan ook niet te worden veroorzaakt doordat deze jongeren minder vaak kiezen voor een opleiding in een richting met een gunstig perspectief, maar eerder door verschillen in het opleidingsniveau en uitval tijdens de opleiding. Het gemiddelde opleidingsniveau ligt in Rotterdam-Zuid lager dan in Rotterdam-Noord. In 2016 volgde 40 procent van de eerstejaars mbo-leerlingen uit Rotterdam-Zuid een opleiding op niveau 4; in Rotterdam-Noord lag dit percentage op ongeveer 46 procent. Volgens SEOR behalen in Rotterdam, in vergelijking met Nederland als geheel, relatief weinig mbo-studenten hun diploma in dezelfde richting als waarin ze gestart zijn. De uitval van mbo-studenten is hier dus relatief hoog.<sup>12</sup>

### 3.3.2 Arbeidsdeelname onder jongeren en vacatures

Volgens de Landelijke Jeugdmonitor<sup>13</sup> was de arbeidsdeelname onder jongeren het laagst in Rotterdam en Den Haag. In 2016 had 56,8 procent van de 15- tot 27-jarigen in Rotterdam werk. De arbeidsdeelname onder Haagse jongeren was nog iets lager (53,8 procent).

**Figuur 3.3 Arbeidsparticipatie van 15 tot 27-jarigen per gemeente**



Bron: de Landelijke Jeugdmonitor (CBS, 2018)

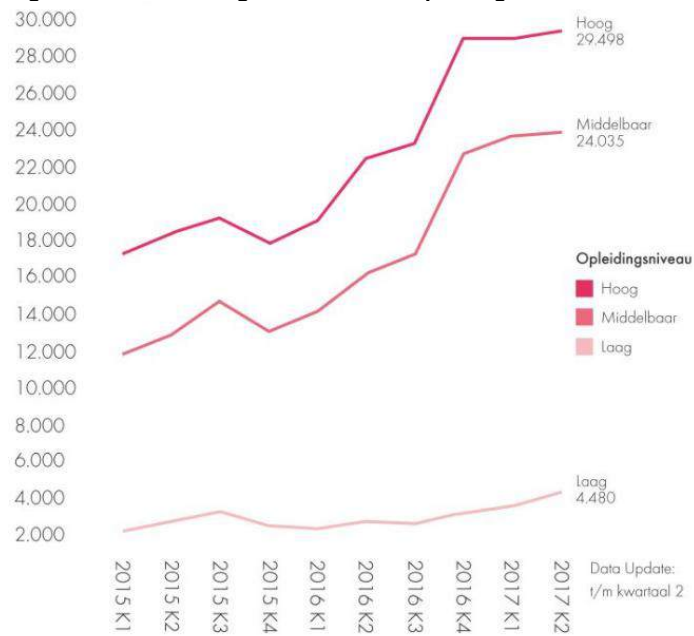
### 3.3.3 Ontwikkeling van het aantal vacatures

Volgens de Economische Verkenning Rotterdam (2018) is het aantal vacatures in 2017 in een groot aantal sectoren gestegen. De meeste vacatures in Rotterdam vragen personeel met een hbo/wo opleiding (circa 30.000 vacatures). Direct gevolgd door het aantal vacatures op middelbaar niveau (circa 25.000 vacatures).

<sup>12</sup> SEOR (2018). BRIDGE: de brug van onderwijs naar werk; eerste monitoring- en evaluatierapport.

<sup>13</sup> CBS (2018), De landelijke Jeugdmonitor.

**Figuur 3.4 Ontwikkeling vacatures naar opleidingsniveau stad Rotterdam**



Bron: Economische Verkenning Rotterdam (2018)

## 4 Kenmerken van de arbeidsmarkt

### 4.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden, op basis van het uitgevoerde veldwerk, de kenmerken van de arbeidsmarkt vanuit de ervaring van werkgevers uit Groot-Rijnmond in beeld gebracht. Specifiek wordt daarbij ingegaan op de behoeften en knelpunten in de personeelsvoorziening van mbo-geschoolde werknemers die zij ervaren. Hierbij wordt onderscheid gemaakt naar verschillende sectoren, bedrijfsgrootten en verbondenheid met de haven.

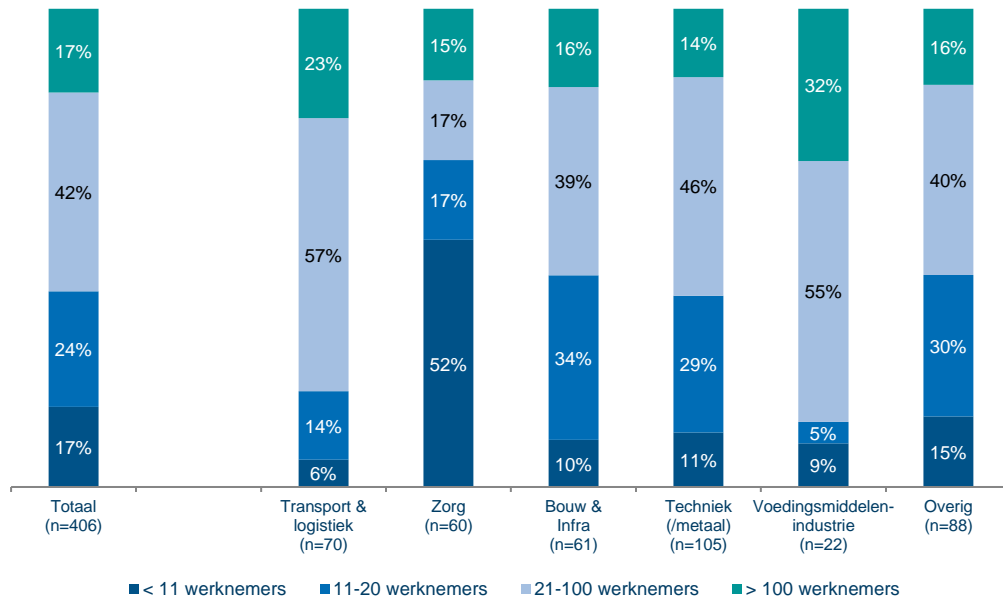
### 4.2 Mbo-geschoolde werknemers bij bedrijven

Onder de bevroegde werkgevers zijn veel verschillen als het gaat om sector, grootte en het hebben van mbo-geschoolde werknemers. In deze paragraaf wordt hier dieper op ingegaan.

#### *Bedrijfsgrootte per sector*

Het merendeel (42%) van de bedrijven die zijn bevroegd, geeft aan tussen de 20 en 100 werknemers in dienst te hebben (figuur 4.1). Bedrijven in de verschillende sectoren verschillen in omvang van het bedrijf. Zo hebben de bevroegde bedrijven uit de zorg relatief weinig medewerkers in dienst (< 11 werknemers)<sup>14</sup>, terwijl de bevroegde bedrijven uit de voedingsmiddelenindustrie en transport & logistiek voornamelijk uit grotere bedrijven bestaan (> 100 werknemers).

**Figuur 4.1 Spreiding van de bedrijfsgrootte naar sector (n=406)**



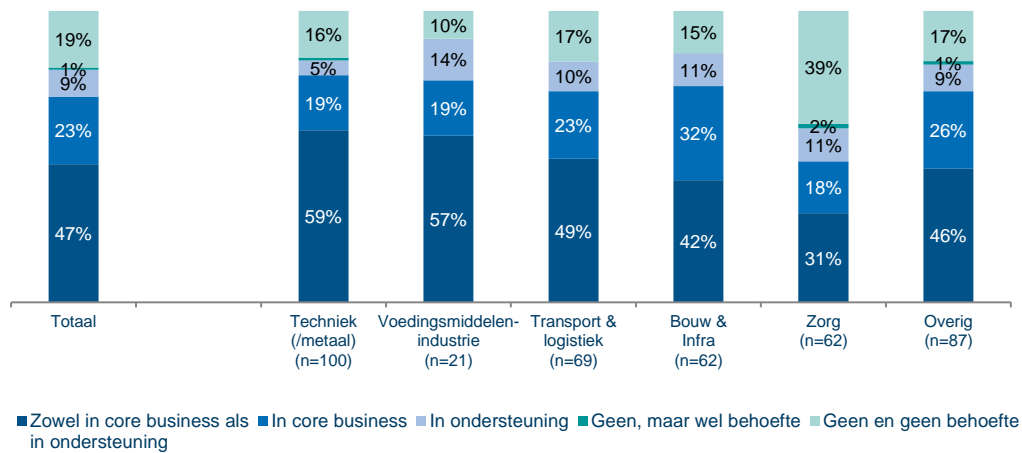
#### *Mbo-geschoolde werknemers per sector*

Van alle bevroegde werkgevers geeft vier op de vijf bedrijven aan mbo-geschoolde werknemers in dienst te hebben (figuur 4.2). In totaal geeft zeventig procent van de werkgevers aan mbo-geschoolde werknemers in dienst te hebben in de *core business* van het bedrijf. Dit betekent dat het bedrijf mbo-geschoolde werknemers in dienst heeft op posities die cruciaal zijn om de werkzaamheden van het bedrijf draaiend te houden. Het hebben van een onvervulbare vacature in

<sup>14</sup> Deels is het verschil in de sectoren te verklaren door het meenemen van kleinere bedrijven in de steekproef van de zorg.

de *core business* kan dan ook een relatief grotere impact hebben. Opvallend is dat met name in de zorg relatief weinig bedrijven aangeven werknemers met een mbo-opleiding in dienst te hebben. Dit komt waarschijnlijk omdat hier ook een groot aantal artsen en verpleegkundigen met een hbo- of universitaire opleiding werkzaam zijn.

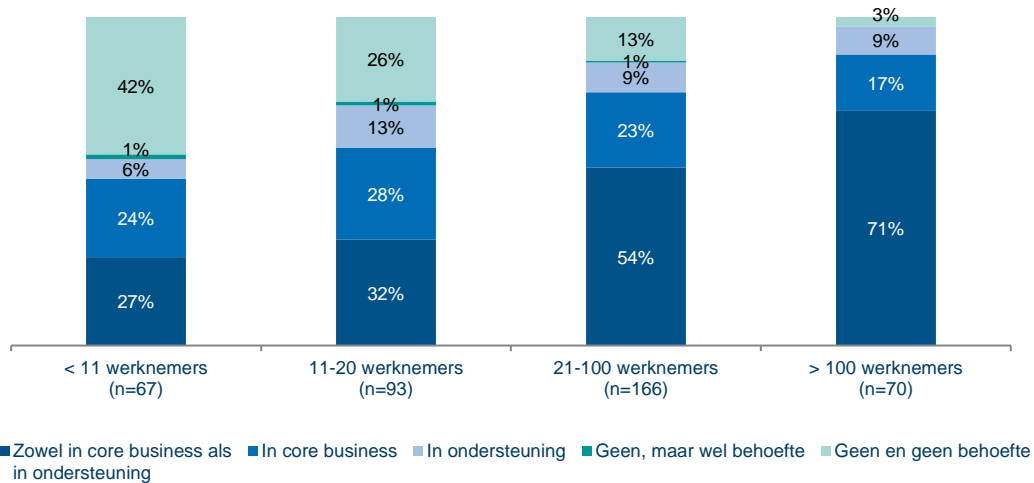
**Figuur 4.2 Aandeel bedrijven met mbo-geschoolde werknemers naar sector (n=401)**



#### Mbo-opleidingen naar bedrijfsgrootte

Figuur 4.3 toont het aandeel bedrijven dat aangeeft werknemers met een mbo-opleiding in dienst te hebben naar bedrijfsgrootte. Hierin is te zien dat het aantal mbo-geschoolde werknemers binnen een bedrijf navenant toeneemt naarmate de bedrijfsgrootte toeneemt. Oftewel, grotere bedrijven hebben dus relatief vaker werknemers op mbo-niveau in dienst, terwijl kleinere bedrijven relatief minder vaak mbo-geschoolde werknemers in dienst hebben.

**Figuur 4.3 Aandeel bedrijven met mbo-geschoolde werknemers naar bedrijfsgrootte (n=396)**



Bedrijven die aangeven verbonden te zijn met de haven, hebben overigens relatief vaker mbo-geschoolde werknemers in dienst voor de *core business* van hun bedrijf dan bedrijven die niet gebonden zijn aan de haven (resp. 80% en 68%).



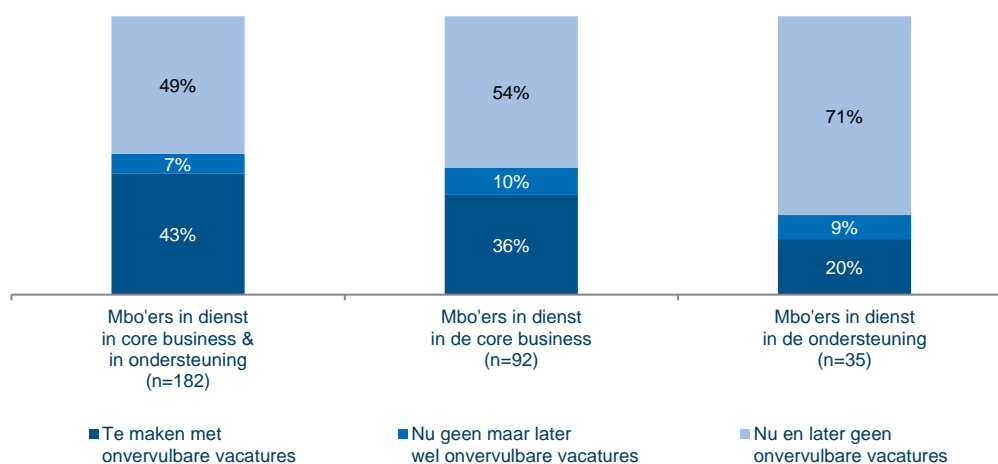
### 4.3 Onvervulbare vacatures bij bedrijven uit Groot-Rijnmond

In deze paragraaf gaan we nader in op de onvervulbare vacatures op mbo-niveau die bedrijven aangeven te hebben. Dit gaat om vacatures waar bedrijven over langere periode geen (geschikte) potentiële werknemer voor kunnen vinden. Wanneer sprake is van een hoog aandeel onvervulbare vacatures en hoog percentage werkloosheid, kan er sprake zijn van een mismatch tussen vraag en aanbod op de arbeidsmarkt.

#### *Bedrijven met mbo-geschoolde werknemers in dienst*

Bedrijven die de mbo-geschoolde werknemers nodig hebben voor de *core business* van het bedrijf, geven aan het meeste moeite te hebben om deze vacatures te vervullen (figuur 4.4). Wanneer mbo-geschoolde medewerkers in de ondersteuning van het bedrijf zitten, wordt het aantal onvervulbare vacatures lager ingeschat.

**Figuur 4.4 Aandeel bedrijven\* met onvervulbare vacatures (n=309)**



\* Dit betreft bedrijven die mbo-geschoolde werknemers in dienst hebben.

Onvervulbare vacatures hebben, zeker in de core business van een bedrijf, vaak een direct negatieve invloed op de uitvoering van de werkzaamheden van de bedrijven. Dit kan zich op verschillende manieren uiten, zoals blijkt uit de interviews en de focusgroep. Uit de focusgroep met diverse werkgevers, kwam aan bod dat werkgevers bijvoorbeeld kunnen berusten in het feit dat nieuwe werknemers moeilijk vindbaar zijn en daarom minder opdrachten aannemen. Dit geldt bijvoorbeeld in de technische sector en in de bouw. Zij hebben dan in strikte zin geen personeels-tekort, maar de (economische) ontwikkeling van het bedrijf wordt wel belemmert door het personeelstekort op de arbeidsmarkt (latente vraag).

*"Wij nemen gewoon geen werk meer aan. Niet meer aannemen van werk, omdat je de mankracht er niet voor hebt, gebeurt steeds meer."*

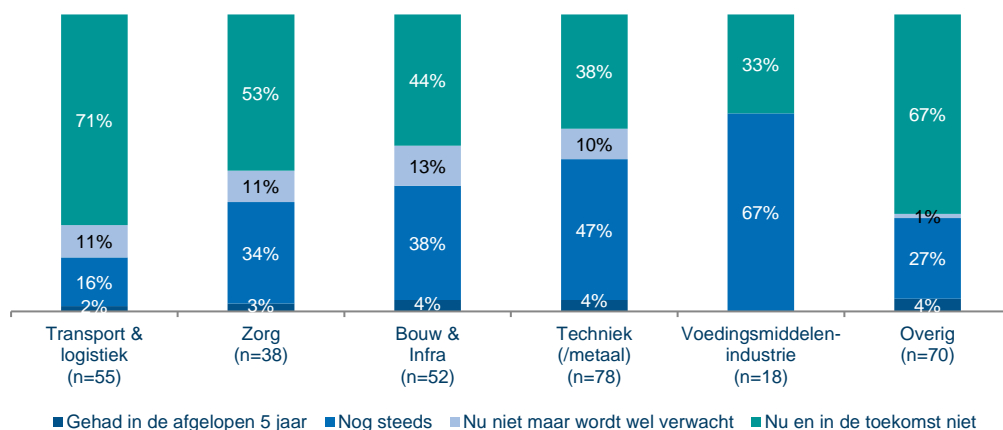
- Bron: werkgever in de techniek tijdens focusgroep

Daarnaast kan het, logischerwijs, ook zo zijn dat een bedrijf de toegezegde werkzaamheden niet, of niet tijdig kan uitvoeren, waardoor werkzaamheden uitlopen. Beide aspecten zorgen ervoor dat de economische ontwikkeling van het bedrijf niet optimaal is. Dit onderschrijft het belang van het verbeteren van de aansluiting tussen vraag en aanbod op de arbeidsmarkt.

### Aandeel bedrijven met onvervulbare vacatures

Een derde van de bedrijven die aangeeft mbo-geschoolde werknemers in dienst te hebben, geeft aan onvervulbare vacatures op mbo-niveau (31%; figuur 4.5) te hebben. Het aandeel bedrijven dat aangeeft onvervulbare vacatures in de sector transport & logistiek te hebben, is opvallend lager dan in de overige sectoren. Uit de jaarlijkse Arbeidsmarktrapportage van het Sectorinstituut Transport en Logistiek blijkt wel dat een toenemend aantal werkgevers ook in deze sector een belemmering ervaart door een tekort aan personeel. In de sectoren voedingsmiddelenindustrie, techniek, en Bouw & infra is het aandeel onvervulbare vacatures relatief hoog.

**Figuur 4.5 Aandeel bedrijven\* met onvervulbare vacatures naar sector (n=311)**

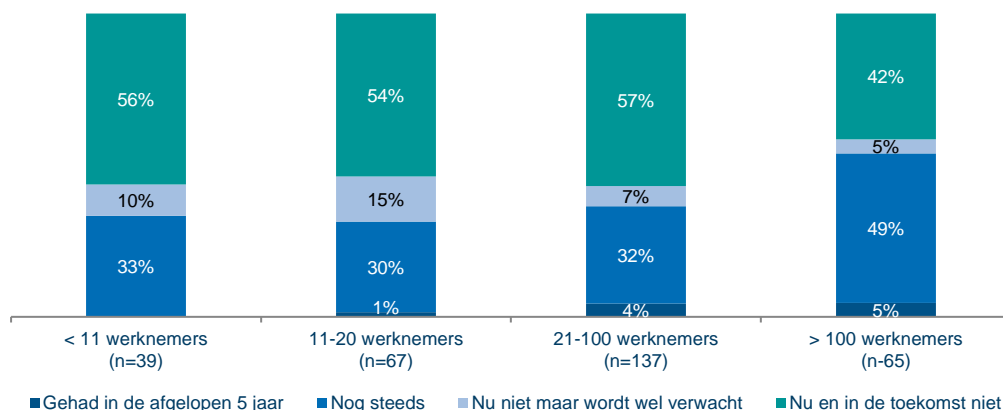


\* Dit betreft bedrijven die mbo-geschoolde werknemers in dienst hebben.

### Onvervulbare vacatures naar bedrijfsgrootte

In figuur 4.6 zijn de bedrijven die aangeven onvervulbare vacatures te hebben op mbo-niveau weergegeven naar bedrijfsgrootte. Het zijn vooral de grote bedrijven (> 100 werknemers) die aangeven dat zij onvervulbare vacatures hebben (gehad). Het merendeel van de bedrijven in deze grootteklasse <100 werknemers geeft aan dat zij onvervulbare vacatures hadden, hebben of verwachten (samen 58%).

**Figuur 4.6 Aandeel bedrijven\* met onvervulbare vacatures op mbo-niveau naar bedrijfsgrootte (n=308)**



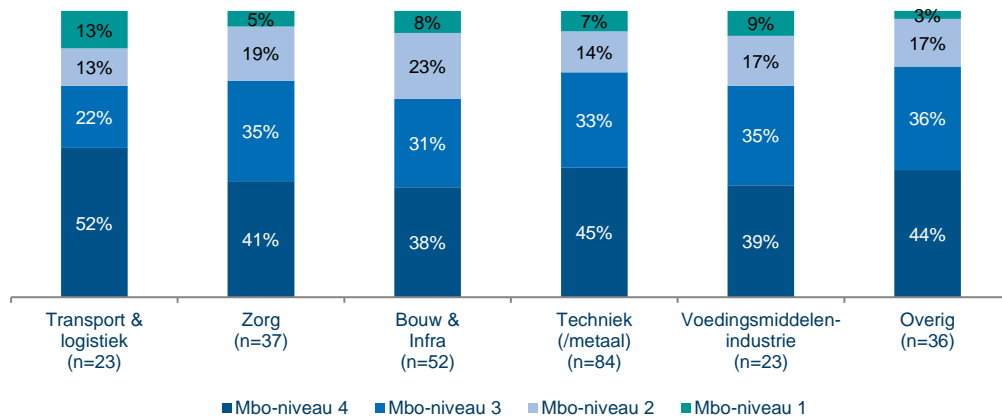
\* Dit betreft bedrijven die mbo-geschoolde werknemers in dienst hebben.

Bedrijven die verbonden zijn aan de haven hebben relatief vaker de verwachting dat zij binnen 5 jaar een personeelstekort zullen krijgen op mbo-niveau, dan bedrijven die niet gebonden zijn aan de haven (resp. 14% en 7%).

### Vereist niveau voor de on vervulbare vacatures

Uit de interviews met de brancheverenigingen blijkt dat er een grote behoefte is aan personeel met een mbo-opleiding op niveau 3 of 4. Hierin bestaan geen grote verschillen tussen de verschillende sectoren (figuur 4.7).

**Figuur 4.7 Vereist mbo-niveau voor on vervulbare vacatures per sector (n=255)**



\* Dit betreft bedrijven die mbo-geschoolde werknemers in dienst hebben en die on vervulbare vacatures hebben.

*"In de sector zijn door digitalisering steeds meer mensen met een niveau 3 en 4 diploma nodig."*

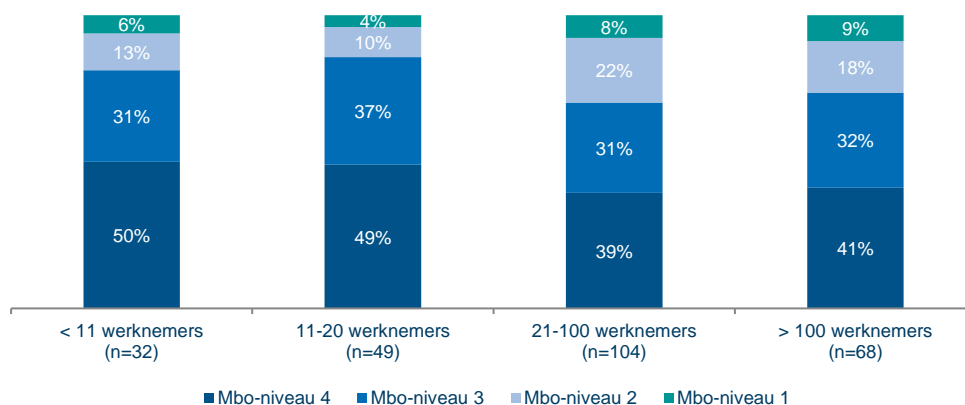
- Bron: werkgever in de techniek tijdens focusgroep

Hoewel de verschillen klein zijn, lijkt het beeld te ontstaan dat het vereiste mbo-niveau voor de on vervulbare vacatures licht afneemt naarmate de bedrijfsgrootte toeneemt (figuur 4.8). Wanneer sprake is van on vervulbare vacatures hebben kleine bedrijven die relatief vaker op mbo-niveau 3 en 4 dan grotere bedrijven. Overigens blijkt uit bovenstaande figuur, dat er ook een vraag bestaat bij werkgevers naar niveau 1 en niveau 2.

*"Er blijft veel werk waar gewoon handen voor nodig zijn. Jongeren met niveau 3 of 4 gaan dat niet doen."*

- Bron: werkgever in de techniek tijdens focusgroep

**Figuur 4.8 Vereist mbo-niveau voor on vervulbare vacatures per bedrijfsgrootte (n=253)**



\* Dit betreft bedrijven die mbo-geschoolde werknemers in dienst hebben en die on vervulbare vacatures hebben.

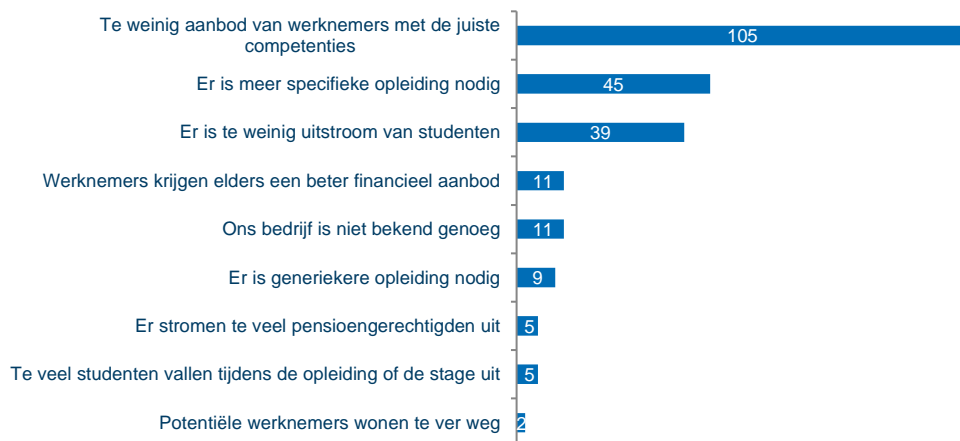
Bedrijven die gebonden zijn aan de haven hebben relatief vaker behoefte aan werknemers op mbo-niveau 3 en 4 dan bedrijven die niet aan de haven gebonden zijn (resp. 78% en 71%).

## 4.4 Redenen voor onvervulbare vacatures

Werkgevers zijn redelijk eensgezind in de reden waarom sommige vacatures moeilijk vervulbaar zijn. Ook intersectoraal zijn er nauwelijks verschillen. De belangrijkste redenen voor onvervulbare vacatures zijn volgens bedrijven:

1. te weinig aanbod van werknemers met de juiste competenties;
2. te weinig aanbod van werknemers met een specifieke opleiding voor het bedrijf;
3. te weinig studenten dat deelneemt aan de gevraagde opleidingen.

**Figuur 4.9 Genoemde redenen voor onvervulbare vacatures\* (n=255)**



\* Dit betreft bedrijven die mbo-geschoolde werknemers in dienst hebben en die onvervulbare vacatures hebben.

### *Imago van de sector of van beroepen*

Het lage aanbod van werknemers met de juiste competenties komt, volgens de brancheorganisaties aangegeven in de interviews, vooral door het imago van de sector of sommige beroepen. Het gaat veelal om beroepen die door jongeren als niet interessant worden ervaren, zoals werken in een kinderdagverblijf. Ook een opleiding voor een beroep in de zorg wordt met name door jongens nauwelijks serieus overwogen. Voor de techniek geldt dat het imago van techniek onder meisjes en jongens met een migratieachtergrond nog steeds ongunstig is. Vanuit de interviews kwam naar voren dat dit vooral wordt ingegeven door de ouders van deze kinderen. Zij hebben vaak slechte ervaringen met het werken in de techniek.

*“Wij hadden een tijd geleden een gesprek met een vrouw over een mogelijke stageplaats. Uiteindelijk heeft zij de stage afgewezen omdat er teveel mannen in dienst waren.” -*

*- Bron: werkgever in de techniek tijdens focusgroep*

*“Tegenwoordig stroomt een groot deel van de tandartsassistenten met een mbo 3 of 4 opleiding door naar het hbo, omdat ze daar meer geld kunnen verdienen. Men ziet het mbo meer als een opstap naar het hbo. Daarnaast is de instroom aan studenten de afgelopen jaren afgenomen.”*

*- Bron: werkgever in de zorg tijdens focusgroep*

De brancheorganisaties merken dat sommige beroepen of sectoren ook als ‘vies’ of ‘onaantrekkelijk’ worden gezien, zoals werk in de techniek of in de haven, maar ook werk bij de politie of bij de gemeente. Dit geeft aan dat er onbekendheid is over de verschillende soorten functies en het type werk binnen deze sectoren. Door de jonge leeftijd en het vroege keuzemoment van een opleidingsrichting, verwachten de brancheorganisaties dat daarom niet vaak voor deze beroepen wordt gekozen. Op jonge leeftijd liggen de interesses nog niet specifiek voor kansrijke sectoren, maar vooral voor aantrekkelijke beroepen.

*“Veel jongeren op Rotterdam-Zuid kiezen voor opleidingen die dichtbij zijn. Ze bepalen eerst de locatie van de mbo-opleiding en kiezen daarna pas welke opleiding ze daar willen doen. Ze kiezen in bredere zin voor iets dat ze kennen. Rotterdam-Noord is al onbekend.”*

- Bron: medewerker JINC tijdens interview

Daarnaast kiezen jongeren vaak voor een opleiding of werkplek die nabij de woonlocatie gelegen is en ‘zichtbaar’ is voor de jongeren. Voor sectoren waar de bedrijven of opleidingsmogelijkheden niet in de buurt gevestigd zijn, zoals de haven of technische bedrijven, is het daardoor moeilijker nieuwe mensen werven. Dit komt overeen met de constatering dat jongeren en werknemers met een laag opleidingsniveau relatief het kortst naar hun werk reizen.<sup>15, 16</sup>

*“Ik heb ook een vestiging in Den Haag en daar heb ik iedere week wel iemand die bij mij wil werken. Vaak met een migratieachtergrond en heel gedreven. In Rotterdam-Zuid komt helemaal niemand. Het is dus interessant om te weten waarom jongeren op Rotterdam-Zuid andere keuzes maken.”*

- Bron: werkgever in de techniek tijdens focusgroep

### *Invloed van ouders*

Onder zowel brancheorganisaties als werkgevers leeft het beeld dat ouders van grote invloed zijn op de studiekeuze van jongeren. De beeldvorming van de ouders over diverse sectoren en beroepen weegt daarom mee. Uit eerder onderzoek blijkt dat ouders invloed hebben op de onderwijskeuzes van hun kinderen. Dit geldt zeker ook voor de ouders van allochtone vmbo-leerlingen<sup>17</sup>. Volgens Lusse (2013) praten leerlingen vooral met hun ouders over hun studiekeuze en ze willen dat ouders betrokken zijn<sup>18</sup>. Vaak ontstaat de beeldvorming van ouders uit ervaringen van toen zij zelf een studiekeuze moesten maken (‘met dat beroep ga je weinig verdienen’) of hun eigen ervaringen uit het werkveld (‘zwaar werk’). Ook blijkt uit eerder onderzoek dat de voorbeeldfunctie van ouders vager is geworden door meer vage beroepen van ouders en dat jongeren met werkloze ouders niet altijd de focus en prikkel hebben van ouders die wel werken.

*“Ik moet denken aan een basisschool die hun kinderen een lege boom op een a4'tje meegaven waar ze in moesten vullen welke beroepen de mensen in hun omgeving doen. Sommige leerlingen kwamen met een lege boom terug, omdat er niemand in hun omgeving een baan heeft.”*

- Bron: werknemer BRIDGE tijdens focusgroep

### *Problemen bij de bedrijven zelf*

Volgens de brancheorganisaties ligt de oorzaak ook bij bedrijven zelf. Zo kunnen jongeren niet altijd goed opgeleid worden binnen de bedrijven, omdat veel bedrijven de mankracht niet hebben voor de daarvoor noodzakelijke begeleiding, door de hoge uitvoerende werkdruk en de tekorten aan personeel. Dit leidt tot een neerwaartse spiraal: door te weinig personeel, kunnen bedrijven minder personeel opleiden. Het probleem van onvervulde vacatures wordt hiermee vergroot. Daarnaast is er binnen deze sectoren veelal sprake van vergrijzing, waardoor de uitstroom hoog is bij werknemers, en zijn sommige beroepen zeer conjunctuurgevoelig.

*“Wij raken wel steeds losser van de eisen die vroeger door werkgevers werden gesteld, want met die eisen vind je niemand meer. Deeltijd wordt bijvoorbeeld steeds meer een eis vanuit werknemers.”*

Bron: werkgever in de techniek tijdens focusgroep

<sup>15</sup> CBS, 2016. Transport en mobiliteit.

<sup>16</sup> Olde Kalter, Bakker & Jorritsma, 2010. Woon-werkverkeer als drijvende kracht achter groei automobiliteit. Den Haag: KIM en GoudAppelCoffeng.

<sup>17</sup> De Koning, Gelderblom & Gravesteyn, 2010. Impulsen voor techniek door imagoverbetering en talentherkenning. Rotterdam: SEOR.

<sup>18</sup> Lusse, M. (2013). Een kwestie van vertrouwen. Een ontwerpgericht onderzoek naar het verbeteren van het contact met ouders in het 'grootstedelijke' vmbo als bijdrage aan preventie van schooluitval. Rotterdam: Rotterdam University Press

Individuele werkgevers hebben soms ook te maken met een verouderd beeld van de sector. Dit kan negatieve invloed hebben op de eisen die bij sollicitaties gesteld worden of op de arbeidsvoorwaarden van het bedrijf. Bedrijven moeten zich er van bewust zijn dat dit invloed heeft op het imago van de sector. Er zijn in vrijwel alle sectoren bedrijven die ondanks de tekorten wel voldoende arbeidskrachten aantrekken. Dit komt dan meestal doordat zij een goede uitstraling hebben, goed werkgeverschap hebben georganiseerd en ook goede salarissen betalen.

*“Er zou nog scherper gekeken kunnen worden naar de CAO in de zorg, zodat het arbeidsvoorwaardelijk ook een stuk aantrekkelijker wordt dan bijvoorbeeld werken op kantoor.”*

Bron: werkgever in de zorg tijdens interview



## 5 Deelname aan de interventies

### 5.1 Inleiding

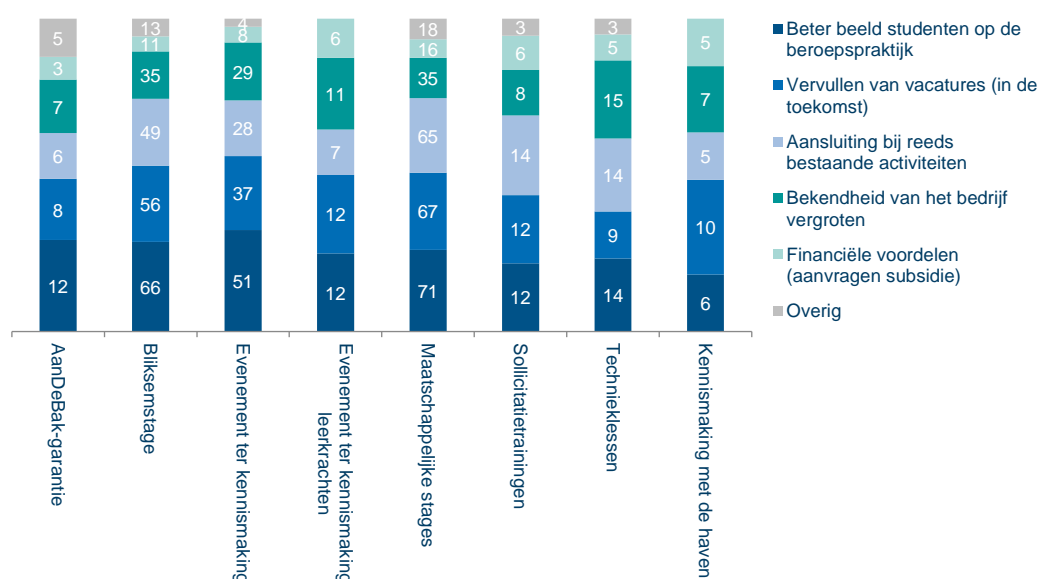
In dit hoofdstuk beschrijven we de bekendheid en betrokkenheid van werkgevers bij initiatieven om de aansluiting tussen scholing en arbeidsmarkt te verbeteren, met als doel het aantal onvervulbare vacatures te reduceren en te voorkomen. Wij zullen daarbij allereerst ingaan op de bekendheid en betrokkenheid bij dergelijke initiatieven en vervolgens op redenen om hieraan deel te nemen.

Initiatieven die vanuit BRIDGE zijn opgezet hebben tot doel enerzijds werkgevers te ondersteunen om werknemers te werven, en anderzijds om jongeren in Rotterdam-Zuid aan het werk te helpen. BRIDGE is uiteraard niet enig in zijn soort, veel initiatieven zijn al gaande om hetzelfde doel te bereiken. Alle gesproken brancheorganisaties benoemden dat bedrijven waarschijnlijk de naam BRIDGE niet kennen, zelfs wanneer ze hier wel aan meedoen. In het onderzoek is daarom voor een iets bredere definitie gekozen voor een bepaalde interventie. Alle initiatieven die werkgevers voorgelegd kregen, worden wel vanuit BRIDGE georganiseerd, maar het is mogelijk dat werkgevers ze kennen of hier betrokken bij zijn terwijl ze niet door BRIDGE werden georganiseerd (zoals de interventie maatschappelijke stages).

### 5.2 Reden van betrokkenheid voor bedrijven

Werkgevers hebben verschillende redenen om deelname aan BRIDGE-interventies of soortgelijke initiatieven te overwegen, zoals blijkt uit de onderstaande figuur 5.1. De belangrijkste beweegredenen van de bedrijven is te vinden in het verbeteren van de bekendheid en het imago van zowel de sector als geheel, als van het bedrijf zelf. Opvallend is dat de belangrijkste motieven voor (eventuele) betrokkenheid voor alle initiatieven redelijk overeenkomen. Werkgevers geven aan met de initiatieven een beter beeld te willen presenteren van de beroepspraktijk (branche) of in de toekomst gemakkelijker vacatures in te kunnen vullen (bedrijf). Een groot deel van de bedrijven geeft aan dat de initiatieven goed aansluiten op de bestaande initiatieven van het bedrijf.

**Figuur 5.1 Motieven voor bedrijven voor (eventuele) deelname per (BRIDGE-)initiatief in aantallen**



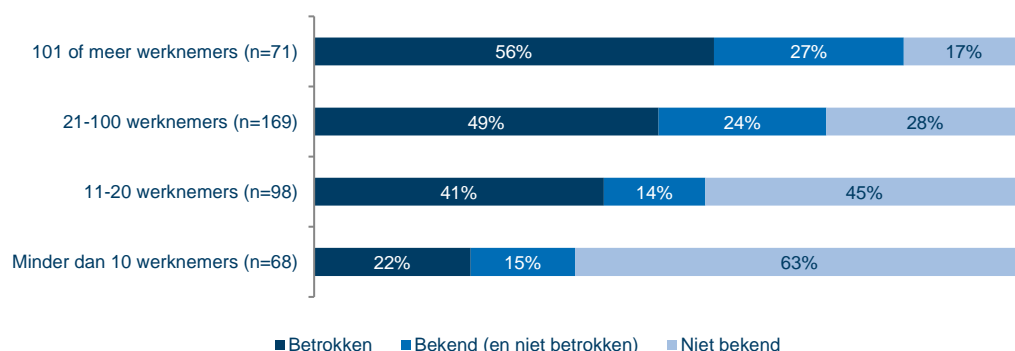
\* Dit betreft bedrijven die deelnemen aan initiatieven of die deze initiatieven kansrijk achten.

### 5.3 Bekendheid en betrokkenheid bij initiatieven

Van de bevroagde bedrijven geeft 63 procent aan bekend te zijn met één of meerdere initiatieven die de aansluiting tussen onderwijs en de arbeidsmarkt verbetert. Uiteindelijk geeft 43 procent van de bedrijven aan ook daadwerkelijk betrokken te zijn (geweest) bij deze initiatieven.

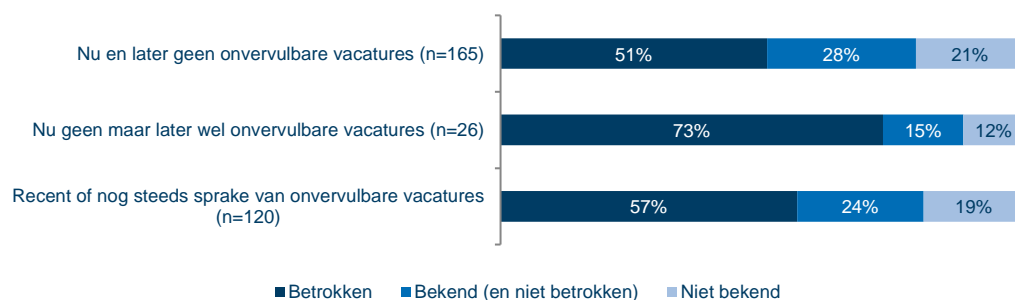
De bekendheid en betrokkenheid van werkgevers bij initiatieven neemt toe naarmate de bedrijfsgrootte toeneemt (zie figuur 5.2). Het is onduidelijk of grotere bedrijven vaker benaderd worden voor dit soort initiatieven, of dat zij hiertoe zelf relatief vaker het initiatief nemen. Wel kwam in de focusgroepen en de gesprekken naar voren dat grotere bedrijven over het algemeen meer capaciteit hebben om dit soort initiatieven daadwerkelijk tot uitvoering te brengen.

**Figuur 5.2 Betrokkenheid en bekendheid met initiatieven per bedrijfsgrootte (n=406)**



Werkgevers die binnenkort onvervulbare vacatures verwachten, geven beduidend vaker aan bekend en betrokken te zijn bij initiatieven om de aansluiting tussen scholing en arbeidsmarkt te vergroten (figuur 5.3). Een verklaring hiervoor kan zijn dat deze bedrijven meer urgentie voelen om hun probleem op korte termijn aan te pakken. Om deze reden stellen zij meer middelen en inzet beschikbaar dan bedrijven die niet, of niet op korte termijn, verwachten te maken te krijgen met onvervulbare vacatures. Hierbij moet overigens wel opgemerkt worden dat de groep die onvervulbare vacatures verwacht, een relatief kleine groep betreft (n=26), waardoor de resultaten iets kunnen vertekenen.

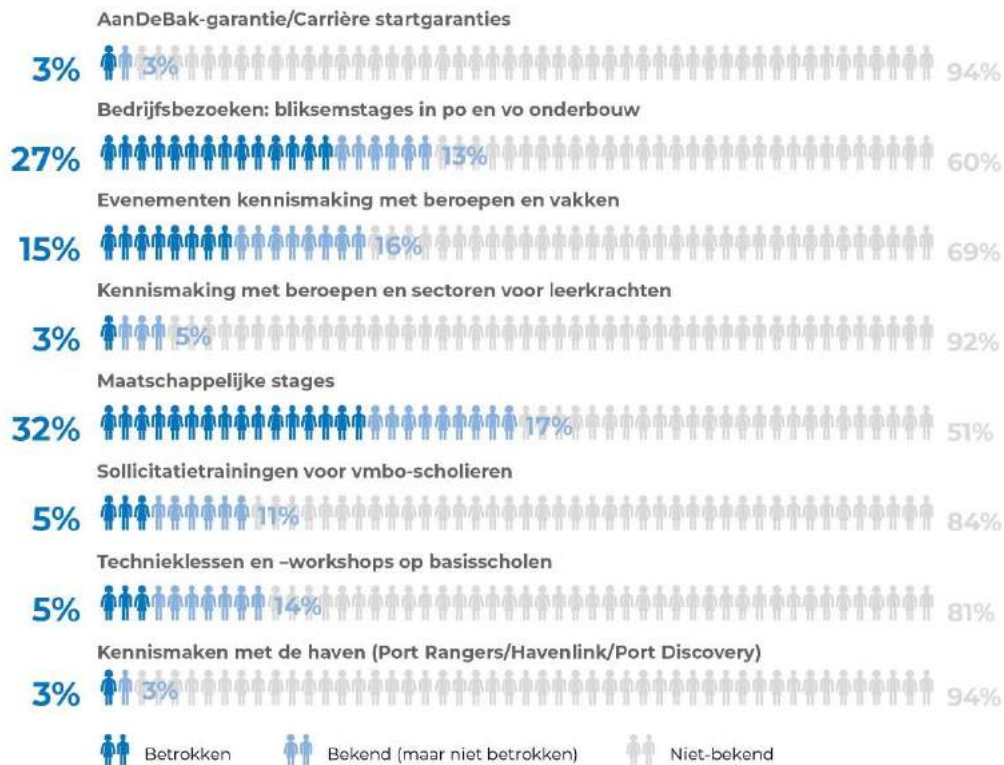
**Figuur 5.3 Betrokkenheid en bekendheid met initiatieven naar (verwachte) onvervulbare vacatures (n=311)**



De initiatieven die het bekendst zijn bij de bevroagde bedrijven zijn maatschappelijke stages, bedrijfsbezoeken/bliksemstages en evenementen ter kennismaking met beroepen en vakken (figuur 5.4). De werkgevers lijken zich voornamelijk in te zetten op initiatieven om de bekendheid van de sector en hun bedrijf te vergroten. Wanneer werkgevers betrokken zijn bij een of meerdere initiatieven, worden deze overwegend positief beoordeeld. Gemiddeld beoordeelt 59 procent van de bedrijven de initiatieven met een (zeer) goed. Slechts 4 procent van de bedrijven beoordeelt de initiatieven negatief. Dit betreft grote werkgevers (met meer dan 100 werknemers) die betrokken

zijn bij meerdere initiatieven. Dit geeft aan dat een grote groep werkgevers een positieve houding heeft ten opzichte van deze initiatieven.

**Figuur 5.4 Bekendheid en betrokkenheid van werkgevers bij initiatieven (n=308)**



#### Bekendheid en betrokkenheid van de AanDeBak-garantie

De AanDeBak-garantie wordt in verschillende sectoren in verschillende vormen afgegeven. Dit kan variëren van een garantie op een stageplaats tijdens de opleiding tot een sollicitatiegesprek of een garantie op een baan (met een jaarcontract) na afloop van de opleiding.

Vanuit de enquête blijkt dat weinig werkgevers bekend zijn met de AanDeBak-garantie. Van alle bevraagde bedrijven is slechts 5 procent bekend met deze garantie of een soortgelijke interventie. Het aantal bedrijven dat betrokken is bij de AanDeBak-garantie is logischerwijs ook laag (2%). Acht bedrijven geven aan de garantie als bedrijf af te geven (figuur 5.5). Hoewel deze garanties ook via de brancheorganisaties worden aangeboden, geeft opvallend genoeg geen enkel bedrijf in de enquête aan de garantie af te geven via hun branchevereniging.

**Figuur 5.5 Bekendheid en betrokkenheid van werkgevers bij de AanDeBak-garantie (n=415)**



De werkgevers die aangeven mee te doen, geven aan mee te doen omdat ze hopen op deze manier (toekomstige) vacatures makkelijker in te vullen. De AanDeBak-garantie kan volgens hen meer aandacht creëren voor de sectoren het tekort aan personeel. Daarnaast geven enkele werkgevers als toelichting dat de AanDeBak-garantie een middel kan zijn om de ouders van jongeren beter te bereiken. Via een dergelijke garantie zijn jongeren en ouders beter op de hoogte over arbeidsmarktkansen van bepaalde opleidingen, wat hen wellicht motiveert om eerder voor deze opleidingen te kiezen.

Een aantal brancheorganisaties biedt de AanDeBak-garantie vanuit hun branche aan. Wanneer jongeren bij deze brancheorganisatie aankloppen met hun garantie, zorgt de organisatie dat de jongeren binnen één van hun aangesloten organisaties aan de bak komt. De coördinatie en communicatie met scholen en NPRZ verloopt via één coördinatiepunt die goed overzicht heeft in de behoeften en belangen van hun leden. Hierdoor zijn individuele bedrijven wel minder betrokken bij de garantie, aangezien zij pas worden ingeschakeld wanneer een jongere met een garantie bij de branchevereniging aanklopt. Overigens moet hierbij vermeld worden dat dit in de praktijk nauwelijks voorkomt.

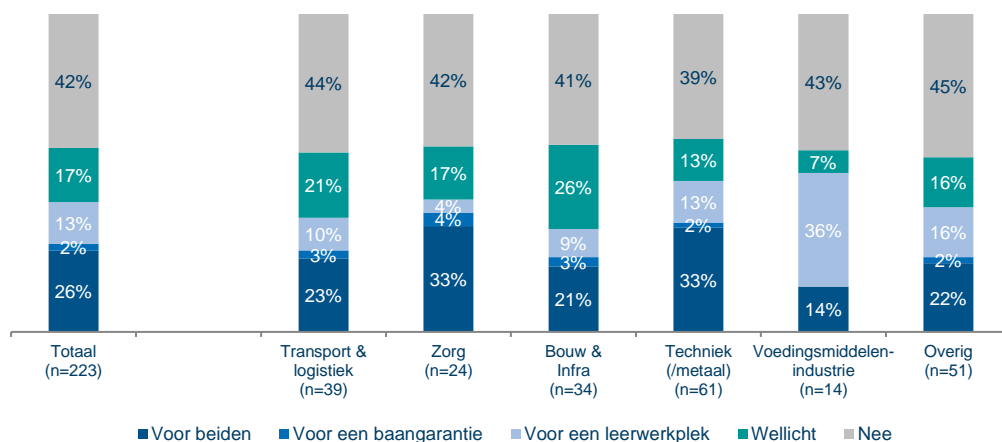
Vanuit de interviews blijkt de AanDeBak-garantie nog weinig gebruikt. Sommige werkgevers geven de garantie al twee jaar af, maar hebben hier nog geen nieuwe stagiaires of medewerkers mee geworven. De werkgevers die de garantie al afgeven of dit willen gaan doen, doen dit mede om hun specifieke beroep aantrekkelijker te maken voor jongeren. Vanwege hoogconjunctuur is er veel vraag naar de studenten en deze studenten kiezen vaak wat voor hen op dat moment het meest aantrekkelijk en het meest bekend is. Werkgevers ervaren dat deze jongeren al vroeg moeten kiezen voor hun loopbaan, waardoor de wat minder bekende beroepen en bedrijven meer moeite hebben om personeel te werven.

Aanbevelingen om de AanDeBak-garantie te verbeteren, is vooral om werkgevers meer inzicht te geven in hoeveel leerlingen hier gebruik van maken. In interviews met werkgevers die de garantie afgeven, gaven de werkgevers aan nog geen nieuwe medewerkers te hebben gekregen via de garantie. Zij weten niet in welke mate leerlingen de garantie kennen of in welke mate hiervan gebruikt wordt gemaakt.

### Interesse in een AanDeBak-garantie

Van de bedrijven die hebben aangegeven de AanDeBak-garantie niet te kennen of deze niet aan te bieden, geeft meer dan de helft (60%) aan hier mogelijk wel interesse in te hebben. In figuur 5.6 is te zien dat een kwart van de bedrijven overweegt om zowel een baangarantie als een leerwerkplek aan (afgestudeerde) studenten te garanderen. Een zesde (15%) van de bedrijven overweegt deelname aan de AanDeBak-garantie voor een baangarantie óf een leerwerkplek. Voor werkgevers weegt vooral de personeelsbehoefte van het bedrijf mee om wel of geen garantie af te geven. Van de gesproken werkgevers heeft 42 procent geen interesse in de AanDeBak-garantie.

**Figuur 5.6 Interesse van werkgevers\* in deelname aan de AanDeBak-garantie (n=223)**



\* Dit betreft bedrijven die mbo-geschoolde werknemers in dienst hebben en die onvervulbare vacatures hebben.

Op basis van de gesprekken die we hebben gevoerd met werkgevers en brancheorganisaties moet de kanttekening geplaatst worden dat niet alle werkgevers individueel betrokken (willen) worden bij de AanDeBak-garantie. Met name voor kleinere bedrijven geldt dat zij niet op jaarlijkse basis kunnen garanderen dat zij vacatures voor banen en stageplekken open hebben staan, en dus is het voor deze bedrijven ondoenlijk jaarlijks een (of meerdere) AanDeBak-garantie(s) af te geven. Als collectief van meerdere (kleine) bedrijven is dat echter wel mogelijk. Het collectief aanbieden van AanDeBak-garanties geeft de individuele werkgevers de mogelijkheid wel het voordeel te hebben van de AanDeBak-garantie, maar de lasten die daarmee gepaard gaan te beperken. Anderzijds zijn juist de kleinere bedrijven in de sectoren eerder gevoelig zijn voor concurrentie op gebied van personeelswerving, waardoor zij vaker huiverig zijn voor samenwerking.

Een bezwaar van enkele werkgevers is dat de AanDeBak-garantie de mogelijkheid om selectief te zijn in de personeelsverwerving belemmert. Sommige bedrijven bieden daarom slechts de mogelijkheid aan om een sollicitatiegesprek te komen houden. Daarnaast bestaat bij sommige werkgevers de angst dat de AanDeBak-garantie de motivatie van studenten wegneemt. Met de AanDeBak-garantie op zak kan het minder noodzakelijk zijn voor studenten om te excelleren. Een deel van de werkgevers geeft daarom aan dat zij zich (in het eerste jaar van de opleiding) niet willen verbinden aan een specifieke student, aangezien bedrijven zich niet willen binden aan de verkeerde student.

*“Een garantie kan 2 kanten op werken: of de student krijgt meer affiniteit met het bedrijf, of de student wordt lui qua studeren vanwege het gevoel dat de baan toch al geregeld is.”*

Bron: werkgever in de bouw tijdens interview

Bedrijven zien een AanDeBak-garantie wel zitten om aan te geven wat de baankansen binnen de sector zijn en om bekender te maken dat de sector om werknemers verlegen zit. Het gaat hiermee dus meer om een marketinginstrument, dan om een instrument om de instroom te bevorderen.

Tijdens de focusgroep werd dan ook twijfel uitgesproken over het nut van de AanDeBak-garantie als instrument om personeel te werven, aangezien studenten die voor een opleiding in deze sectoren kiezen gezien de tekorten sowieso al de garantie hebben op een baan. Bedrijven zullen dus voornamelijk met de AanDeBak-garantie werken als marketingmiddel voor hun sector.

### **Effectiviteit van de AanDeBak-garantie**

Op dit moment geven acht bedrijven aan dat zij de AanDeBak-garantie hebben afgegeven. Het aantal studenten dat zij hiermee hebben kunnen plaatsen is lastig in te schatten. Wel kunnen we inschatten dat vanuit de enquête blijkt dat veel bedrijven die lid zijn van de brancheorganisatie de garantie niet kennen. Het kan hierbij zijn dat zij studenten zonder de verwijzing van de AanDeBak-garantie doorgestuurd krijgen vanuit de branche, maar het kan ook zijn dat er weinig tot geen ruchtbaarheid wordt gegeven aan deze garantie.

Daarnaast geven de branches en de bedrijven aan dat studenten met een van de specifieke opleidingen toch wel een baan kunnen krijgen, ongeacht of zij een garantie hebben of niet. Zeker in de huidige economische situatie zijn er vrijwel geen studenten die niet aan het werk kunnen na het afronden van hun opleiding in de genoemde sectoren. Enkele betrokken werkgevers geven aan dat zij meewerken aan de AanDeBak-garanties, maar dat zij nog geen enkele garantie hebben afgegeven. Als reden daarvoor wordt genoemd dat de hoogconjunctuur waarin de economie zich bevindt, jongeren geen urgentie geeft om een baan vast te leggen. De impact van de interventie is daardoor nog niet duidelijk te zien.

Veel bedrijven geven echter aan pas mee te willen doen als wordt aangetoond dat meedoen met de AanDeBak-garantie meer instroom teweegbrengt (bij opleiding en/of de werkgever). Op dit moment is dat moeilijk aan te tonen, aangezien veel organisaties pas kort geleden begonnen zijn met het afgeven van de AanDeBak-garantie en vanwege hoogconjunctuur afgestudeerden veel baankeus hebben.

Aan de andere kant blijkt de AanDeBak-garantie voor leerlingen weldegelijk een extra prikkel, omdat leerlingen niet altijd zien welke baankansen er liggen. Daarnaast is er op dit moment nog steeds een grote groep jongeren die moeilijk een keuze in opleidingsrichting kan maken. Een extra bevestiging van de carrièrekansen is prettig. Het is hierbij wel belangrijk dat jongeren niet om de verkeerde redenen voor een opleiding kiezen, aangezien dit hoge uitstroom tot gevolg kan hebben. Het is dus belangrijk dat jongeren weten wat werken in bijvoorbeeld de zorg of techniek inhoudt. Door enkele brancheorganisaties wordt dan ook aangegeven dat de AanDeBak-garantie optimaal werkt als deze wordt gekoppeld aan het coachen van studenten.

In de focusgroep werd daarbij aanvullend aangegeven dat er in enkele sectoren ook financiële prikkels worden ingezet. In de techniek en ook in de logistiek wordt de opleiding bijvoorbeeld regelmatig door de werkgever betaald. Dit biedt studenten en werknemers een prikkel om bij het desbetreffende bedrijf te blijven, want als ze het bedrijf binnen een bepaalde termijn verlaten moeten ze deze studiekosten terugbetalen. Hiermee verzekert de werkgever zich van succes van zijn investering. De inzet die het bedrijf doet, wordt dus direct terugbetaald in een arbeidskracht. Dit lijkt hiermee ook een vorm van een AanDeBak-garantie, immers, bedrijven geven hun commitment af aan een bepaalde student om hem of haar in dienst te nemen na afronding van de studie. Het koppelen van deze financiële prikkels aan een AanDeBak-garantie zou daarom ook succesvol kunnen zijn voor beide partijen.

## 6 Meest kansrijke initiatieven

### 6.1 Inleiding

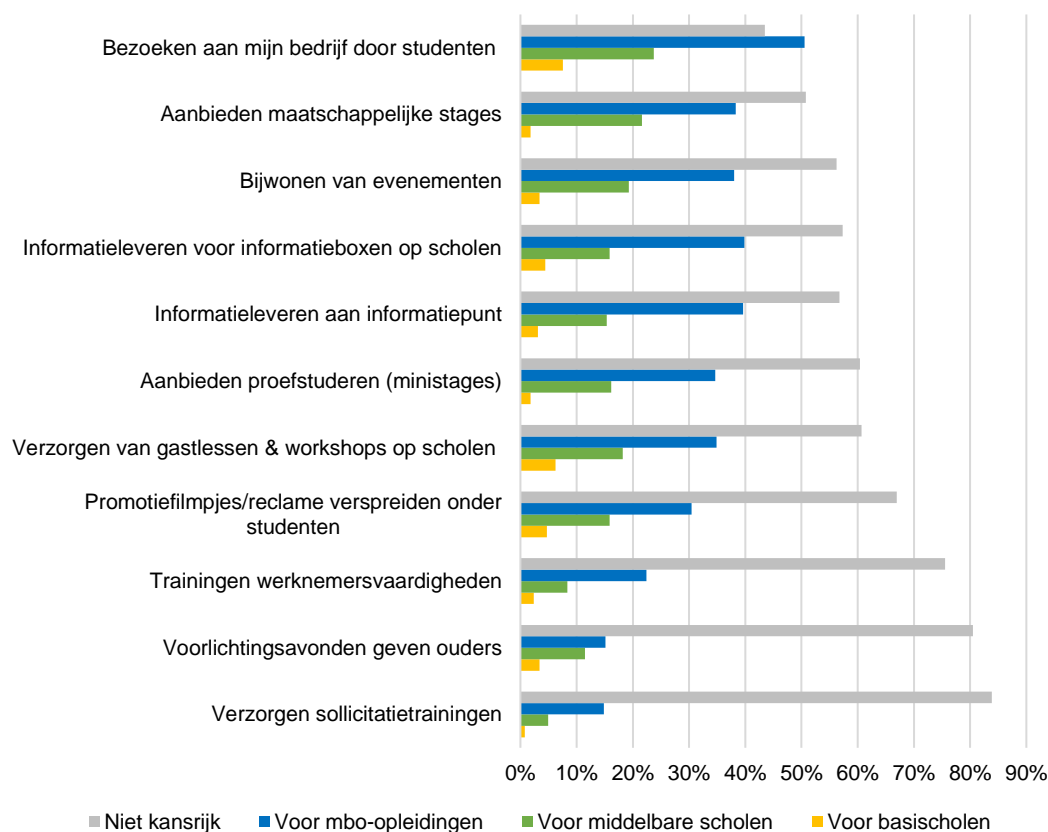
In dit hoofdstuk bespreken we welke initiatieven door de werkgevers als meest kansrijk worden ervaren. Hiermee bedoelen we initiatieven waarvan werkgevers aangeven de verwachting te hebben dat deze initiatieven een bijdrage leveren aan het verbeteren van de aansluiting tussen scholing en arbeidsmarkt. Het gaat dus om initiatieven waar de werkgevers (individueel) eventueel in zouden willen investeren. Vervolgens bespreken we belangrijke voorwaarden waaraan de initiatieven voor het bedrijfsleven moeten voldoen.

### 6.2 Kansrijke initiatieven per onderwijsniveau

Initiatieven gericht op mbo-scholieren worden door het bedrijfsleven het meest kansrijk ingeschat, terwijl initiatieven gericht op het basisonderwijs het minst kansrijk worden ingeschat. Dit sluit aan bij de eerdere bevindingen, waarbij het bedrijfsleven vooral wil handelen als er op korte termijn resultaten te behalen zijn. Dit wordt eerder behaald door inzet op het mbo dan bij inzet op basisscholen.

Door ondernemers die nog niet deelnemen aan maatregelen, wordt bij basis- en middelbare scholen (door een beperkt aantal ondernemers) vooral bedrijfsbezoeken als kansrijk ingeschat. Bij mbo-opleidingen worden ook de bedrijfsbezoeken en de maatschappelijke stages als kansrijk ingeschat.

**Figuur 6.1 Kansrijke initiatieven per onderwijsniveau volgens werkgevers (n=384)**



Belangrijkste motieven om aan activiteiten deel te willen nemen zijn ook hier het vervullen van openstaande vacatures en het vergroten van de bekendheid van het bedrijf. Dat verklaart, zoals eerder gezegd, ook de duidelijke voorkeur van werkgevers voor initiatieven bij mbo-opleidingen. Aan de andere kant is juist de constatering dat jongeren door een slecht imago van de sector vaak niet voor mbo-opleidingen in deze sector kiezen, een belangrijke reden om ook in te blijven zetten op initiatieven bij middelbare scholen en basisscholen. Initiatieven bij mbo-opleidingen zouden dan meer gericht kunnen zijn op het leren kennen van specifieke bedrijven, terwijl initiatieven op middelbare scholen en basisscholen meer gericht kunnen zijn op het informeren en enthousiasmeren van jongeren (en ouders) voor de sector als geheel.

*“Als branche hebben we ervoor gekozen om initiatieven op basisscholen en het begin van middelbare scholen uit te besteden aan techniek talent.nu. Techniek talent werkt dus aan de grootte van de pool, de bedrijven moeten daar vervolgens zelf uit vissen.”*

Bron: werkgever in de techniek tijdens focusgroep

Werkgevers zetten zich veelal individueel in om onvervulbare vacatures binnen het bedrijf te vervullen, met name door initiatieven op mbo-opleidingen. Hiermee wordt mogelijk het probleem van de werkgever wel opgelost, maar sectorbreed is de individuele aanpak niet of slechts beperkt van toegevoegde waarde. Door de heersende schaarste zijn bedrijven bang dat via samenwerking overloop van personeel in de hand wordt gewerkt. Toch is het belangrijk dat initiatieven op basisscholen en middelbare scholen worden opgepakt. Gezien de relatief beperkte en onzekere toegevoegde waarde voor individuele bedrijven ligt hier een belangrijke taak voor het collectief. In de focusgroep bleken met name kennismakingsevenementen, sollicitatietrainingen en het verbeteren van de beeldvorming op basisscholen voor een collectief van bedrijven als veelbelovend te worden gezien.

*“Je hebt ook tandartsen die nu geen stageplekken bieden, zodat ze straks meer salaris kunnen bieden. Zij plukken dan de vruchten van de moeite die anderen hebben gestopt in de opleiding van jongeren.”*

Bron: werkgever in de zorg tijdens focusgroep

### 6.3 Voorwaarden voor deelname

De belangrijkste voorwaarde voor bedrijven om aan initiatieven mee te doen is dat het initiatief voorziet in een personeelsbehoefte. Het is met andere woorden van belang dat de werkgever een personeelstekort heeft of verwacht. Ook andere toegevoegde waarde voor het bedrijf, zoals het verbeteren van het imago, kan een voorwaarde zijn voor de werkgever. Zo overweegt een deel van de werkgevers deelname aan initiatieven omdat de initiatieven aandacht wekken voor het tekort in hun sector.



**Figuur 6.2 Redenen om niet deel te nemen aan (BRIDGE-)initiatieven in aantallen**



Aangezien veel potentieel geïnteresseerde werkgevers te maken hebben met personeelstekorten, is het voor hen lastig capaciteit vrij te maken voor de voorbereiding en begeleiding van dergelijke activiteiten. Het is voor hen dan ook belang dat de tijd die het bedrijf moet investeren voor deelname aan een initiatief beperkt is. Dit kan bijvoorbeeld door aansluiting op al lopende initiatieven, waarbij dan weer als voorwaarde geldt dat de interventies deze initiatieven niet verstoren. Verschillende werkgevers geven bijvoorbeeld aan zelf in te zetten op activiteiten die voor heel Rotterdam of de hele regio gelden, waardoor zij specifieke focus op Rotterdam-Zuid onnodig vinden. Daarnaast is het belangrijk dat de werkgever inzicht heeft in de van het bedrijf verwachte tijdsinzet en de mogelijke opbrengst voor het bedrijf. Concrete en gestructureerde communicatie vanuit BRIDGE is dus zeer belangrijk om bedrijven te overtuigen.

Het is voor werkgevers ook van belang dat de activiteiten toegevoegde waarde hebben. Werkgevers geven hierover aan dat zij graag activiteiten organiseren voor jongeren die interesse hebben in het vakgebied, maar dat zij niet zitten te wachten op een ongemotiveerde en ongeïnteresseerde groep jongeren. De werkgevers vinden het dan ook van belang dat jongeren in kleinere groepen worden rondgeleid en hiervoor gericht worden uitgenodigd, aangezien jongeren die vrijwillig deelnemen over het algemeen meer gemotiveerd zijn. Van leerlingen is daarnaast bekend dat zij in een grote groep vaker afgeleid raken, waardoor het minder makkelijk is om de leerlingen iets praktisch te laten zien.

*"Ik verwacht van jongeren dat ze zich op een bepaalde manier gedragen. Als ik iemand krijg die in z'n korte broek komt solliciteren, dan weet ik al hoe laat het is. Als dat de basis is kan ik daar niet omheen kijken."*

Bron: werkgever in de logistiek tijdens focusgroep

Vanuit verschillende werkgevers en brancheorganisaties is aangegeven dat ook de veiligheidsoverwegingen of wettelijke verplichtingen soms redenen zijn om niet deel te nemen aan initiatieven. In de zorg, bouw, techniek en voedingsmiddelenindustrie gelden over het algemeen strenge veiligheidseisen. In deze sectoren mogen niet alle activiteiten zonder diploma of zonder toezicht worden uitgevoerd, of mogen bepaalde terreinen niet bezocht worden door personen jonger dan 18 jaar. Daarbij is het niet in alle sectoren mogelijk om klassen uit te nodigen; in de installatietechniek is dat bijvoorbeeld lastig, omdat veelal bij mensen thuis (privacy klanten) wordt gewerkt en in de zorg kan dit niet omdat met patiënten gewerkt wordt (privacy patiënten). Dit legt een druk op de bedrijven, bij deelname aan initiatieven zijn zij immers verantwoordelijk voor de veiligheid van de studenten, leerlingen en voor de privacy van klanten.

## 7 Conclusies en aanbevelingen

In dit hoofdstuk beschrijven wij onze belangrijkste bevindingen op gebied van de personeelsbehoefte van werkgevers en de aansluiting onderwijs-arbeidsmarkt voor werkgevers in de regio Groot-Rijnmond. Specifiek wordt gekeken naar de sectoren: transport & logistiek, techniek, bouw & infra, zorg en voedingsmiddelenindustrie. Daarbij gaan we in op de effecten van BRIDGE-interventies wanneer werkgevers deze interventies inzetten, en op de behoeften en motivatie van werkgevers om al dan niet betrokken te raken bij deze interventies.

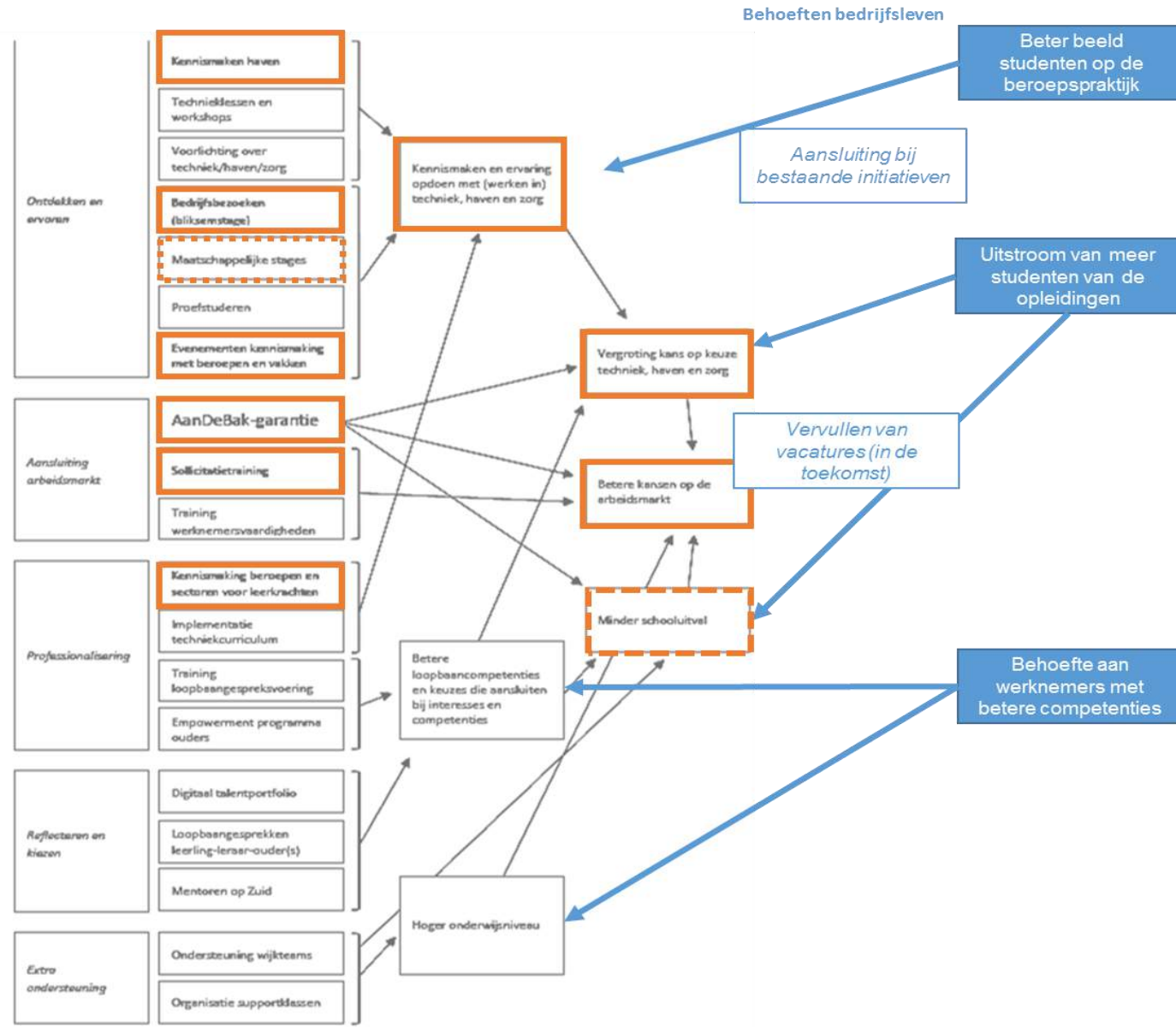
### 7.1 Behoeften van werkgevers

#### *Veel werkgevers hebben behoefte aan werknemers met een mbo-opleiding*

Van alle werkgevers heeft vier op de vijf bedrijven mbo-geschoolde werknemers in dienst, waarvan een groot deel zelfs in de *core business* van het bedrijf. Ongeveer de helft van deze bedrijven heeft te maken met onvervulbare vacatures, wat volgens hen vooral komt door een tekort aan instroom (en soms hoge uitstroom) bij de opleidingen en een gemis aan voldoende gekwalificeerd personeel. Hiermee sluiten de interventies van BRIDGE aan op de behoeften van de werkgevers. Dit is schematisch in figuur 7.1 weergegeven.

Voor werkgevers zijn vooral interventies interessant die inzetten op de werving van nieuwe studenten en die inzetten op kennismaking van hun bedrijf aan huidige studenten. Bedrijven zetten ook zelf al vaak in op dit soort interventies, bijvoorbeeld door eigen opleidings- en meewerktrajecten op te zetten, om toekomstige werknemers aan hun bedrijf te binden. Ondanks dat het personeelstekort volgens werkgevers vooral komt door een tekort aan instroom bij de opleiding (en daarmee een sectoraal probleem is), zijn zij nog vaak individueel bezig om initiatieven op te zetten om in hun personeelsbehoefte te voorzien. Zij zoeken slechts sporadisch samenwerking met andere bedrijven of scholen. Reden hiervoor is dat bedrijven bij voorkeur investeren in initiatieven waarvan zij zelf (direct) de vruchten plukken.

Figuur 7.1 Aansluiting behoeften van bedrijfsleven op doelen en interventielogica BRIDGE



Bron: SEOR (2018), bewerking Ecorys.

### *Vroegtijdige inzet loopbaanbegeleiding belangrijk voor werkgevers*

Als specifieke reden waarom vacatures onvervulbaar zijn en/of er een tekort is aan instroom van opleidingen, noemen bedrijven een onbekend of slecht imago van de sector of werkgevers. Vmbo-scholieren zijn vaak onbekend met de mogelijkheden die een sector kan bieden, of kiezen eerder voor meer 'aantrekkelijkere' baan in de sector. Op jonge leeftijd moeten vmbo-leerlingen kiezen voor een studierichting, waardoor werkgevers verwachten dat interventies ook op deze jonge leeftijden gericht moeten zijn.

Om daadwerkelijk meer studenten voor de opleidingen (en de sectoren) te werven is het noodzakelijk om vroegtijdig (op basisscholen en middelbare scholen) keuzepatronen van jongeren te beïnvloeden. Het gezamenlijk en sectorbreed aanpakken van dergelijke problematiek biedt kansen. Kennismaken met de sector en baankansen inzichtelijk maken zijn daarbij twee belangrijke uitgangspunten, zowel voor de jongere zelf als voor de ouders en de omgeving van de jongere. Werkgevers geven aan weinig kansen te zien om als bedrijf in te zetten op basis- en middelbare scholen. De BRIDGE-interventies zetten juist in op vroegtijdige loopbaanbegeleiding, wat het een waardevol initiatief maakt om vanuit het onderwijs toch deze brug te maken. De verwachting is dat werkgevers zelf dit niet zullen opzetten of aan deel zullen nemen.

Tegelijkertijd richten werkgevers zelf zich vooral op het voortgezet onderwijs (mbo-scholieren) en niet op basis- en middelbaar onderwijs. Dit gaat dus om initiatieven aan het einde van de studie van de jongeren, waarmee de initiatieven veelal gericht zijn op kennismaking met specifieke bedrijven of zelfs met specifieke nichemarkten. Hoewel deze initiatieven kunnen helpen de personeelsbehoefte van individuele bedrijven te vervullen, bieden zij geen structurele oplossing voor de personeelstekorten op de lange termijn. Met dergelijke initiatieven concurreren bedrijven intersectoraal in de krappe arbeidsmarkt om hetzelfde personeel, maar wordt deze arbeidsmarkt niet vergroot. Werkgevers lijken in praktijk vooral op korte termijn te kijken (directe winst uit inzet initiatieven) en minder op de lange termijn. Dit onderschrijft het belang van initiatieven die zich richten op loopbaanbegeleiding en kennismaking met de diverse branches op jonge leeftijd, wat aansluit bij de doelen en interventies van BRIDGE.

### *Neerwaartse spiraal: tekort leidt tot meer tekort aan personeel*

Wanneer werkgevers een groot tekort aan werknemers hebben, wordt het voor hen steeds lastiger om personeel op te leiden of studenten begeleiding te bieden bij stages. Door de hoge uitvoerende werkdruk door de tekorten van het personeel, ontstaat zo een vicieuze cirkel: door een tekort aan personeel kunnen bedrijven minder personeel beschikbaar stellen voor verschillende initiatieven. Onzekerheid over het resultaat van een initiatief voor de werkgever maakt het voor bedrijven onaantrekkelijk om te investeren, zeker als hierbij capaciteit van het personeel wordt gevraagd.

### *Bedrijven zien kansen voor jongeren in Rotterdam-Zuid*

Werkgevers in de verschillende sectoren staan overwegend positief tegenover jongeren uit Rotterdam-Zuid, al moet opgemerkt worden dat er ook negatieve ervaringen zijn met betrekking tot de houding van leerlingen tijdens sollicitaties en stages. Werkgevers ervaren dat het vaak extra begeleiding vergt om deze jongeren een stageplek aan te bieden, waar vaak geen capaciteit voor is. Zij zien daarvoor een taak weggelegd voor het onderwijs, wat aansluit bij enkele BRIDGE-interventies zoals sollicitatietraining.

## 7.2 (BRIDGE-)interventies

### *Bekendheid van de BRIDGE-interventies is beperkt*

Het merendeel van de werkgevers en brancheorganisaties geeft aan niet specifiek bekend te zijn met de BRIDGE-interventies, maar wel soms soortgelijke initiatieven in te zetten. Zo zijn werkgevers bekend met bliksemstages/maatschappelijke stages, maar is onbekend of deze zijn opgezet met betrokkenheid van BRIDGE. De naam 'BRIDGE' is bij werkgevers niet bekend. Hoewel bekendheid van BRIDGE(-interventies) geen doel op zichzelf moet zijn, kan het wel leiden tot meer betrokkenheid van bedrijven bij de interventies wanneer deze bekend zijn. In dat geval kan BRIDGE als stimulerend label ingezet worden. Bedrijven horen vaak van interventies via de gemeente en scholen (wanneer zij met deze partijen samenwerken).

### *Toegevoegde waarde van (BRIDGE-)interventies*

Het is lastig om te toegevoegde waarde van BRIDGE-interventies voor werkgevers exact te bepalen. Ten eerste weten werkgevers vaak niet of de interventie die zij inzetten specifiek vanuit BRIDGE wordt georganiseerd en gefinancierd. Ten tweede ondernemen werkgevers vaak andere initiatieven die gelijktijdig lopen met een of meerdere BRIDGE-interventies. Hierdoor is het resultaat niet direct te herleiden tot een specifieke interventie. Ten derde hebben interventies die inzetten op het beïnvloeden van het keuzeprocess van jongeren een lange adem en is het effect hiervan pas op langere termijn – en vaak sectoraal – te zien. Aangezien het project BRIDGE pas sinds 2016 actief is, kan niet worden verwacht dat de effecten al duidelijk zichtbaar zijn voor het bedrijfsleven. Toch kan gesteld worden dat bij een beperkte bekendheid onder het bedrijfsleven, de effectiviteit ook twijfelachtig is. Immers, het instrument heeft tot doel vraag en aanbod beter op elkaar te laten aansluiten.

Opgemerkt moet overigens ook worden dat dit onderzoek uitsluitend betrekking heeft op de resultaten bij werkgevers en is daarmee slechts een deel van de puzzel om de daadwerkelijke toegevoegde waarde van BRIDGE-interventies te bepalen. Hoe onderwijs en jongeren zelf de interventies ervaren is uiteraard van belang, dit komt in ander onderzoek aan bod.

Ondanks dat effectiviteit voor het bedrijfsleven lastig kan worden vastgesteld, zijn er wel indicaties/resultaten die iets zeggen over mogelijke effectiviteit. Zo waarderen de bedrijven BRIDGE-interventies of soortgelijke initiatieven als positief wanneer zij deze initiatieven inzetten. Vooral initiatieven als maatschappelijke stages, bliksemstages en grootschalige baanevenementen worden vaak ingezet door werkgevers.

Bedrijven kennen een positieve grondhouding richting de BRIDGE-interventies. Veel bedrijven geven aan dat zij dergelijke initiatieven waarderen. Ondanks deze positieve houding wordt van sommige BRIDGE-interventies, zoals de AanDeBak-garantie, nog maar zeer beperkt gebruik gemaakt. Er liggen aan de kant van bedrijven dus zeker nog kansen.

### *De AanDeBak-garantie vooral waardevol als marketinginstrument*

De AanDeBak-garantie wordt op dit moment slechts beperkt ingezet en lijkt ergens in de keten school - branche - bedrijf te vervluchtigen. Ondanks dat de bekendheid bij de school en de branche er is, zijn er weinig concrete voorbeelden te benoemen waar een bedrijf ook daadwerkelijk een student met een garantie in dienst heeft genomen die het bedrijf anders niet had aangenomen.

De AanDeBak-garantie wordt door de werkgevers dan ook vooral gezien als communicatiemiddel om jongeren te overtuigen om te kiezen voor een kansrijke sector. Zij beschouwen de AanDeBak-garantie als marketinginstrument. Zeker in tijden van hoogconjunctuur, met daarbij horende krapte op de arbeidsmarkt, verwachten zij dat jongeren met een studie in een van deze richtingen toch wel aan een baan komt. Met of zonder garantie. Het aantal bedrijven dat daadwerkelijk AanDeBak-

garanties afgeeft en hiermee ook werknemers heeft aangenomen is gering. Het verstrekken van de AanDeBak-garantie kan wel invloed hebben op de studiekeuze van jongeren, maar het daadwerkelijke effect van de AanDeBak-garantie zal moeten blijken als het economisch conjunctuur gaat dalen en wanneer meer bedrijven deelnemen aan de AanDeBak-garantie.

#### *Overzicht van de effectiviteit ontbreekt bij de AanDeBak-garantie*

Het ontbreekt momenteel aan overzicht van de effectiviteit van de AanDeBak-garantie. Hoewel verschillende branches en bedrijven aangeven AanDeBak-garanties afgegeven te hebben aan jongeren, is het onduidelijk in hoeverre deze jongeren daadwerkelijk een baan of stageplaats hebben weten te vinden door deze garantie. Het certificaat wordt dus voornamelijk aan de voorkant afgegeven, maar aan de achterkant door werkgevers niet meer geregistreerd. Een gevolg hiervan is dat de effectiviteit van de AanDeBak-garantie moeilijk aantoonbaar is.

#### *Voorwaarden voor bedrijven voor deelname aan interventies*

Voor een werkgever wordt deelname aan een interventie interessant wanneer:

1. Inzichtelijk gemaakt wordt wat de interventie het bedrijf kan opleveren;
2. Helder gecommuniceerd wordt welke inspanning van de werkgever wordt verwacht;
3. De voorbereidingstijd voor de werkgever minimaal is;
4. De interventie aansluit op reeds lopende initiatieven en deze in elk geval niet verstoort;
5. De interventie wordt georganiseerd voor een geïnteresseerde en gemotiveerde doelgroep. Wanneer jongeren verplicht worden om deel te nemen zijn zij over het algemeen minder geïnteresseerd. Dit beperkt het succes van de interventies en maakt het voor bedrijven minder zinvol en interessant om deel te nemen;
6. De veiligheid van iedereen gegarandeerd kan blijven. In veel van deze sectoren is veiligheid een continu aandachtspunt;
7. Er goede samenwerking is met scholen. Deze contacten verlopen soms nog stroef en duidelijke afspraken zijn belangrijk om een goede samenwerking tot stand te brengen ten goede van een interventie;
8. Interventies niet teveel restricties hebben. Enkele werkgevers geven bijvoorbeeld aan het lastig te vinden dat de AanDeBak-garantie niet voor heel Rotterdam geldt.

### 7.3 Tot slot

Werkgevers in de sectoren transport & logistiek, techniek, bouw & infra, zorg en voedingsmiddelen-industrie hebben vaak een tekort aan mbo-geschoold personeel en zijn bereid om deel te nemen aan initiatieven om dit tekort te doen afnemen. BRIDGE is als zodanig veelal onbekend bij de werkgevers, al is het mogelijk dat zij deelnemen aan initiatieven die wellicht door BRIDGE gefinancierd worden of waarbij BRIDGE op de achtergrond een rol speelt, al dan niet via de brancheorganisatie. Het is belangrijk dat interventies inspelen op de collectiviteit van bedrijven bij een sector, aangezien problemen voor personeelstekort ook op collectief niveau spelen. Tegelijkertijd zijn niet alle bedrijven aangesloten bij een branchevereniging. Er zal dus eventueel ook nagedacht moeten worden over een andere vorm van het aanbieden van interventies in een collectief.

Werkgevers ervaren dat het personeelstekort vooral ontstaat door onbekendheid met of onwetendheid over de sector. Zij onderschrijven dat het belangrijk is om scholieren hierbij te ondersteunen, wat aansluit bij de doelen en interventies van BRIDGE. Er is dus welwillendheid onder de werkgevers, maar te zien is ook dat werkgevers vooral willen investeren wanneer het (potentieel) direct toegevoegde waarde heeft voor het bedrijf. Daarom richten zij zich nog vaak op mbo-leerlingen, in plaats van de jongeren die nog een studiekeuze moeten maken (basis- en middelbaar onderwijs). Juist in deze tegenstelling ligt een belangrijke opgave voor BRIDGE.

## 7.4 Aanbevelingen

Hierna volgen enkele aanbevelingen voor de verdere voortgang van BRIDGE en de AanDeBak-garantie die vanuit het onderzoek onder werkgevers gedaan kunnen worden. Wij doen hierbij geen specifieke aanbevelingen voor de werkgevers of voor de scholen, maar slechts voor de meerwaarde die BRIDGE voor hen zou kunnen of zou moeten hebben.

### **Inzet op mbo-opleidingen wordt door bedrijven zelf opgepakt**

Werkgevers geven aan de grootste kansen te zien in initiatieven op mbo-opleidingen en plegen hiervoor zelf ook de meeste inzet. Voor werkgevers leveren deze initiatieven het meest op, omdat ze daarmee direct toekomstige werknemers kunnen werven/interesseren. Aangezien het nut en noodzaak van dergelijke interventies door de werkgevers worden gezien, zou het BRIDGE-project in dit soort interventies relatief beperkt kunnen blijven tot een hooguit coördinerende rol. Voor initiatieven waarbij mbo-leerlingen kennismaken met specifieke beroepen of met specifieke bedrijven kan dus een grote verantwoordelijkheid bij de bedrijven zelf gelegd worden. Deze initiatieven komen immers meer ten goede van individuele werkgevers, en minder aan de sector als geheel.

### **Zorg dat de verwachte inzet van bedrijven duidelijk is**

Uit het voorliggende onderzoek blijkt een welwillendheid van het bedrijfsleven. Wanneer werkgevers echter een groot tekort aan werknemers hebben, wordt het voor hen alsmaar lastiger om personeel op te leiden of studenten begeleiding te bieden bij stages. Zij zetten daarom vaak hun capaciteit in op de korte termijn (voor directe werving personeel) en minder vaak op de lange termijn (imagoverbetering, bekendheid vergroten). Hierdoor komen zij in een negatieve spiraal terecht. Juist voor de initiatieven die op langere termijn impact hebben is coördinatie van inzet en duidelijkheid over de verwachte inzet van bedrijven daarom van groot belang. Tijd en middelen zijn schaars voor deze bedrijven, dus ze willen wel meewerken aan initiatieven, mits van tevoren duidelijk is wat zij moeten doen. Vaak geldt hierbij dat minimale tijdsinzet met maximaal resultaat van belang is. BRIDGE moet dan ook niet inzetten op initiatieven waarbij bedrijven wordt gevraagd eerst mee te denken, maar de inzet zo specifiek mogelijk maken.

Dit geldt ook voor de AanDeBak-garantie, waar werkgevers behoefte hebben aan meer informatie over de hoeveelheid leerlingen die hier gebruik van maakt. Werkgevers zien de AanDeBak-garantie als een wervingsmethodiek om de (kansen in de) sector bekend te maken aan (toekomstige) leerlingen. Resultaten in hoeverre leerlingen deze garantie ervaren en of dit inderdaad een reden is geweest om voor een bepaalde opleiding te kiezen, is wenselijk voor werkgevers.

### **Zorg voor goede begeleiding op scholen**

Het vergt vaak extra begeleiding om jongeren uit Rotterdam-Zuid een stageplek aan te bieden. De aansturing en de begeleiding van jongeren kost tijd en moeite, waar bedrijven vaak geen capaciteit voor hebben. Daarbij komt dat de ervaring van werkgevers dat de jongeren vaak te maken hebben met multi-problematieken. Ondersteuning voor deze jongeren bij het onderwijs zien bedrijven daarom als noodzakelijk om jongeren in Rotterdam-Zuid beter te ondersteunen. De combinatie van initiatieven gericht op deze jongeren (zoals bijvoorbeeld al ingezet via geïntegreerde territoriale investeringen) worden dan ook als positief gezien.

### **Werk aan een betere bekendheid van BRIDGE als geheel en de interventies individueel**

Werkgevers zijn slechts zeer beperkt bekend met de interventies van BRIDGE. Dit komt deels door de nog relatief korte looptijd van het programma, maar ook door de beperkte inzet op brede bekendmaking van de instrumenten. Bedrijven horen vaak van interventies via de gemeente en scholen (wanneer zij met deze partijen samenwerken). Dat betekent voor BRIDGE ook dat zij bij veel gesprekken vanaf nul moeten beginnen. Dit geldt ook specifiek voor de AanDeBak-garantie.



Wanneer BRIDGE(-interventies) aan naamsbekendheid en imago winnen en ook positieve resultaten meer en beter worden gedeeld, zullen bedrijven zelf eerder aan dergelijke initiatieven deel willen nemen.

### **Zorg dat bedrijven gedeelde problematiek ook gezamenlijk aanpakken**

Hoewel problemen vaak op een hoger (sectoraal) niveau spelen, pakken bedrijven initiatieven om te voorzien in de personeelsbehoefte vaak individueel aan. Zij zoeken slechts sporadisch samenwerking met andere bedrijven of scholen. Reden hiervoor is dat bedrijven bij voorkeur investeren in initiatieven waarvan zij zelf de vruchten plukken. Het gezamenlijk organiseren van initiatieven vergroot sectorbrede impact, bijvoorbeeld via brancheverenigingen. Het zorgt ervoor dat een sectoraal probleem niet op de schouders van individuele werkgevers terecht komt. Door een evenwichtigere inzet vanuit verschillende werkgevers beperkt het de benodigde inzet voor individuele werkgevers.

### **Zet de Aan-de-Bak-garantie in als marketinginstrument**

Op dit moment ziet het bedrijfsleven de Aan-de-Bak-garantie vooral als marketinginstrument voor de sector. Zij zien het niet als een instrument voor henzelf. Dit blijkt ook uit het feit dat het instrument vaak ergens verzandt in de keten tussen school-branche-bedrijf. Uiteindelijk is de inzet van het bedrijfsleven hierin slechts beperkt. Zij geven ook aan dat in deze sectoren het krijgen van werk tijdens of na een opleiding ook geen probleem is. Vaak wordt zelfs al een financiële prikkel gegeven door het betalen van opleidingen door bedrijven. Het afgeven van een dergelijke garantie heeft voor hen daarom ook beperkte waarde. Inzet van de Aan-de-Bak garantie als marketinginstrument voor opleidingen kan nadrukkelijk een keuze zijn. Het effect zit hem dan met name in de bewustwording van leerlingen dat ze aan de slag kunnen na de opleiding, wat kan resulteren in een hogere instroom richting deze opleidingen. Het zoeken van aansluiting bij initiatieven die door het bedrijfsleven al worden ondernomen kan hierbij van toegevoegde waarde zijn. Wanneer de AanDeBak-garantie wordt ingezet als marketinginstrument, is het belangrijk dat het instrument effectief is (en dat deze effectiviteit ook wordt gecommuniceerd). Wanneer het instrument niet effectief blijkt en hierover negatieve publiciteit ontstaat, heeft dit immers een negatieve invloed op de marketingfunctie van de AanDeBak-garantie.

### **Zorg voor een duidelijke infrastructuur voor de AanDeBak-garantie**

Hoewel verschillende brancheverenigingen en bedrijven aangeven AanDeBak-garanties aan scholieren af te (hebben ge)geven, is het onduidelijk in hoeverre deze jongeren daadwerkelijk een baan of stageplaats hebben weten te vinden door deze garantie. Het opzetten van een duidelijke infrastructuur per sector kan hiervoor een oplossing bieden. Hiermee wordt een overkoepelende organisatie bedoeld, die jongeren kunnen benaderen om inzicht te krijgen welke bedrijven binnen de sector werken met de AanDeBak-garantie. Ook kunnen de betreffende jongeren door deze overkoepelende organisatie in contact gebracht worden met deze bedrijven. Deze coördinerende functie kan worden vervuld door een branchevereniging of door BRIDGE zelf. Hiermee wordt de organisatie een soort intermediair tussen de jongere en de bedrijven, zoals ook uitzendbureaus die rol kunnen vervullen. Een dergelijke coördinerende functie heeft drie duidelijke voordelen: 1) het wordt gemakkelijker de juiste jongeren aan het juiste bedrijf te koppelen en 2) het wordt gemakkelijker de effectiviteit van de AanDeBak-garantie te meten en aan te tonen (zowel richting jongeren als richting potentieel geïnteresseerde bedrijven); 3) door loopbaanbegeleiding te bieden bij deze keuze van jongeren, ontdekken ze wellicht meer mogelijkheden en potentie bij bedrijven die ze anders uit zichzelf niet direct benaderd zouden hebben.



# Bijlage 1: Bronnen

## Interviews

Organisaties/brancheverenigingen	Werkgevers die de AanDeBak-garantie kennen en/of daarbij betrokken zijn
deRotterdamse Zorg	Gemeente Rotterdam Stadsbeheer
MetaalUnie	Politie
Opleidingsfonds Levensmiddelenindustrie (SOL)	KindeRdam
Bouwend Nederland	
Stichting Transport en Logistiek	
Installatiewerk Zuid-Holland	
Deltalinqs	
JINC	
OTIB	

## Deelnemers focusgroep of aanvullende interviews

Werkgevers bij focusgroep	Werkgevers aanvullende interviews
Klift Metaalbewerking	FMJ Marine & Offshore
Cleve & Zonen B.V.	Stichting Zuidwester
Dent2Dent Ridderkerk B.V.	Van Wijnen Stolkwijk
Breman service Rotterdam BV	Vai Vai Vespa Rotterdam B.V./All Bikes B.V.
Watervoorziening Hatenboer-Neptunus	

## Literatuur

**Regioplan (2018).** *Evaluatie BRIDGE NPRZ: Onderzoek onder scholen schooljaar 2017/2018.* Amsterdam.

**CBS (2016).** Transport en mobiliteit 2016. Den Haag.

**CBS (2018).** Landelijke Jeugdmonitor. Den Haag.

**De Koning, Gelderblom & Gravesteijn (2010).** Impulsen voor techniek door imagoverbetering en talentherkenning. Rotterdam: SEOR.

**Gemeente Rotterdam (2015).** Bereikbaarheid arbeidsmarkt Rotterdam-Zuid. Rotterdam.

**Gemeente Rotterdam (2018).** De economische verkenning Rotterdam. Rotterdam.

**Lusse, M. (2013).** Een kwestie van vertrouwen. Een ontwerpgericht onderzoek naar het verbeteren van het contact met ouders in het 'grootstedelijke' vmbo als bijdrage aan preventie van schooluitval. Rotterdam: Rotterdam University Press.

**NPRZ (2019).** Uitvoeringsprogramma 2019-2022. Rotterdam.

**NPRZ (2017).** Over NPRZ. Beschikbaar op internet

**Olde Kalter, Bakker & Jorritsma (2010).** *Woon-werkverkeer als drijvende kracht achter groei automobilititeit.* Den Haag: **Goudappel Coffeng & Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid.**

**SEOR (2018),** BRIDGE: de brug van onderwijs naar werk; eerste monitoring- en evaluatierapport. Rotterdam.

**UWV (2018),** Regio in Beeld: Rijnmond. Beschikbaar op internet.

## Bijlage 2: Vragenlijst

Hartelijk dank voor het invullen van deze korte enquête!

Beste werkgever,

In opdracht van gemeente Rotterdam en het Nationaal Programma Rotterdam-Zuid (NPRZ) stellen wij u graag een paar vragen over de personeelsbehoeften binnen uw organisatie op mbo-niveau. De vragen hebben betrekking op knelpunten in personeelsvoorziening, het (aantal) mbo-opgeleide werknemers en het soort acties om de eventuele knelpunten te doen wegnemen. De gemeente hoopt hiermee de mismatch op de arbeidsmarkt te verkleinen en meer jongeren aan het werk te helpen, en hiermee voldoende personeel voor alle bedrijven in de toekomst te garanderen.

De vragenlijst duurt **maximaal 10 minuten**. U kunt de vragenlijst tussendoor niet afsluiten.

Uw mening is zeer waardevol om de behoeften van werkgevers in kaart te brengen. Op basis hiervan kan de gemeente Rotterdam samen met de onderwijsinstellingen de aansluiting tussen het onderwijs en de arbeidsmarkt verbeteren.

Alvast hartelijk bedankt voor uw deelname!

---

**1. In welke sector is uw bedrijf voornamelijk werkzaam?**

- ☐ Transport en logistiek
- ☐ Zorg
- ☐ Bouw en infra
- ☐ Metaalindustrie of –verwerking
- ☐ Technische installatiebranche
- ☐ Voedingsmiddelenindustrie
- ☐ Overige industrie
- ☐ Anders, namelijk <open antwoord>
- ☐ Weet ik niet

**2. Hoeveel personeel heeft uw bedrijf in dienst (bij benadering; excl. ZZP'ers en uitzendkrachten)?**

- ☐ Minder dan 10 werknemers
- ☐ 11-20 werknemers
- ☐ 21-100 werknemers
- ☐ 101 of meer werknemers
- ☐ Weet ik niet

**3. Is uw bedrijf gebonden aan de nabijheid van de haven?**

- ☐ Ja, mijn bedrijf maakt actief gebruik van de havenfaciliteiten
- ☐ Ja, mijn bedrijf levert producten of diensten aan bedrijven in de haven
- ☐ Nee, wij zijn niet gebonden aan de havenactiviteiten
- ☐ Weet ik niet

**4. Heeft uw bedrijf op dit moment medewerkers met een mbo-opleiding in dienst?**

- ☐ Ja, in de *core-business* (noodzakelijk voor het draaiend houden van het bedrijf)
- ☐ Ja, in ondersteunde werkzaamheden (ICT, communicatie, HR, etc.)
- ☐ Ja, in zowel de *core-business* als in ondersteunende werkzaamheden
- ☐ Nee, maar hier hebben we wel behoefte aan
- ☐ Nee, en hier hebben we geen behoefte aan <door naar vraag 25>
- ☐ Weet ik niet <door naar vraag 25>

Er volgen nu een aantal vragen over uw personeelsbehoeften van functies op mbo-niveau binnen uw bedrijf.

**5. Heeft uw bedrijf onvervulbare vacatures binnen functies voor de *core-business* op mbo-niveau?**

- ☐ Ja, gehad in de afgelopen 5 jaar
- ☐ Ja, nog steeds
- ☐ Nee, maar dat verwacht ik wel
- ☐ Nee en dat verwacht ik ook niet <door naar vraag 9>
- ☐ Weet ik niet <door naar vraag 9>

**6. Op welk mbo-niveau waren, zijn of verwacht u deze onvervulbare vacatures?**

*Meer antwoorden mogelijk*

- ☐ Niveau 1
- ☐ Niveau 2
- ☐ Niveau 3
- ☐ Niveau 4
- ☐ Weet ik niet <niet mogelijk i.c.m. andere antwoorden>

**7. U heeft aangegeven dat uw bedrijf onvervulbare vacatures had, heeft of verwacht op mbo-niveau. Wat zijn hiervan de oorzaken volgens u?**

*Meer antwoorden mogelijk*

- ☐ Te weinig aanbod van werknemers met de juiste competenties
- ☐ Ons bedrijf is niet bekend genoeg
- ☐ Gezochte werknemers hebben een meer specifieke opleiding nodig
- ☐ Gezochte werknemers hebben een generiekere opleiding nodig
- ☐ Te weinig studenten nemen deel aan de gevraagde opleidingen/er is te weinig uitstroom
- ☐ Te veel studenten vallen tijdens de opleiding of de stage uit
- ☐ Er stromen te veel pensioengerechtigden uit
- ☐ Werknemers krijgen elders een beter financieel aanbod
- ☐ Potentiele werknemers wonen te ver weg
- ☐ Weet ik niet <niet mogelijk i.c.m. andere antwoorden>

**8. Wat heeft uw bedrijf in de afgelopen 5 jaar ondernomen om toch aan personeel op mbo-niveau te komen? *Meer antwoorden mogelijk***

- ☐ Inzet van arbeidskrachten van buiten de regio Rijnmond
- ☐ Inzet van arbeidskrachten van buiten Nederland
- ☐ Inzet van stageplaatsen/leerwerktrajecten
- ☐ Inzet van AanDeBak-garantie/Carrière startgaranties
- ☐ Inzet van detacheringen/uitzendbureau
- ☐ Vergroten van de bekendheid van mijn bedrijf door presentaties op scholen
- ☐ Vergroten van de bekendheid van mijn bedrijf door presentaties op carrièrebeurzen
- ☐ Samenwerking met andere werkgevers in sector intensiveren (bijv. via brancheorganisatie)
- ☐ Samenwerking met opleidingen

- ☐ Anders, namelijk <open antwoord>
- ☐ Weet ik niet <niet mogelijk i.c.m. andere antwoorden>
- ☐ Mijn bedrijf is wel een van bovenstaande oplossingen van plan, maar heeft dit nog niet gedaan <niet mogelijk i.c.m. andere antwoorden>
- ☐ Mijn bedrijf heeft niks concreets ondernomen en is bovenstaande oplossingen ook niet van plan <niet mogelijk i.c.m. andere antwoorden>

<indien bij vraag 8 = 'mijn bedrijf is bovenstaande oplossingen van plan'>

#### 8b. Welke activiteit is uw bedrijf van plan om het tekort aan personeel op te lossen?

Meer antwoorden mogelijk

- ☐ Inzet van arbeidskrachten van buiten de regio Rijnmond
- ☐ Inzet van arbeidskrachten van buiten Nederland
- ☐ Inzet van stageplaatsen/leerwerktrajecten
- ☐ Inzet van AanDeBak-garantie/Carrière startgaranties
- ☐ Inzet van een detacheringen/uitzendbureau
- ☐ Vergroten van de bekendheid van mijn bedrijf door presentaties op scholen
- ☐ Vergroten van de bekendheid van mijn bedrijf door presentaties op carrièrebeurzen
- ☐ Samenwerking met andere werkgevers in sector intensiveren (bijv. via brancheorganisatie)
- ☐ Samenwerking met opleidingen
- ☐ Anders, namelijk <open antwoord>
- ☐ Weet ik niet <niet mogelijk i.c.m. andere antwoorden>

#### 9. Welke van onderstaande initiatieven voor scholieren kent u?

Meer antwoorden mogelijk

Initiatieven	Ken ik	Ken ik niet
AanDeBak-garantie/Carrière startgaranties	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bedrijfsbezoeken: bliksemstages in po en vo onderbouw	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Evenementen kennismaking met beroepen en vakken (zoals Week van de Procestechiek/Week van Zorg & Welzijn)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kennismaking met beroepen en sectoren voor leerkrachten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maatschappelijke stages	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sollicitatietrainingen voor vmbo-scholieren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Technieklessen en –workshops op basisscholen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kennismaken met de haven (Port Rangers/Havenlink/Port Discovery)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<Indien bij vraag 9 antwoord is gegeven met 'ken ik'; inladen initiatieven>

#### 10. Bij welke van onderstaande initiatieven bent u betrokken geweest?

Meer antwoorden mogelijk

Initiatieven	Bij betrokken geweest als bedrijf	Bij betrokken geweest via de branche organisaties	Niet bij betrokken geweest	Weet ik niet
AanDeBak-garantie/Carrière startgaranties	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bedrijfsbezoeken: bliksemstages in po en vo onderbouw	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Evenementen kennismaking met beroepen en vakken (zoals Week van de Procestechiek/Week van Zorg & Welzijn)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Initiatieven	Bij betrokken geweest als bedrijf	Bij betrokken geweest via de branche organisaties	Niet bij betrokken geweest	Weet ik niet
Kennismaking met beroepen en sectoren voor leerkrachten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maatschappelijke stages	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sollicitatietrainingen voor vmbo-scholieren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Techniekllessen en –workshops op basisscholen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kennismaken met de haven (Port Rangers/Havenlink/Port Discovery)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<Indien bij vraag 9 antwoord is gegeven met 'ken ik'; inladen initiatieven>

**11. Hoe waardeert u deze initiatieven?**

- ☐ Zeer goed
- ☐ Goed
- ☐ Neutraal
- ☐ Slecht
- ☐ Zeer slecht
- ☐ Weet ik niet

<Indien bij vraag 10 antwoord is gegeven met 'bij betrokken geweest'; inladen initiatieven>

**12. Waarom neemt uw organisatie deel aan deze initiatieven?**

*Meer antwoorden mogelijk*

- ☐ Om de bekendheid van mijn bedrijf te vergroten
- ☐ Om de bekendheid van mijn branche te vergroten
- ☐ Wij hopen hiermee dat (in de toekomst) vacatures bij ons makkelijker worden vervuld
- ☐ Vanuit financiële voordelen (aanvragen subsidie)
- ☐ Wij leveren graag een bijdrage aan het onderwijs zodat beter zicht ontstaat op de beroepspraktijk
- ☐ Meedoen kost weinig inspanning voor de organisatie
- ☐ Initiatieven sluiten goed aan bij de reeds bestaande activiteiten van de organisatie
- ☐ Anders, namelijk <open antwoord>
- ☐ Weet ik niet <niet mogelijk i.c.m. andere antwoorden>

<Indien bij vraag 10 antwoord is gegeven met 'ken ik' bij AanDeBak-garantie>

**13. Wat is op uw bedrijf van toepassing voor de AanDeBak-garantie?**

- ☐ Wij bieden een leerwerkplek aan
- ☐ Wij bieden een baan aan
- ☐ Wij bieden een sollicitatiegesprek aan
- ☐ Anders, namelijk <open antwoord>
- ☐ Geen van bovenstaande <door naar vraag 18>
- ☐ Weet ik niet

**14. Heeft uw bedrijf medewerkers/studenten aangenomen die vanuit de AanDeBak-garantie bij uw bedrijf terecht zijn gekomen?**

- ☐ Ja, want zij worden altijd aangenomen
- ☐ Ja, nadat zij ook door de selectieprocedure zijn gekomen
- ☐ Nee
- ☐ Weet ik niet

<Indien 'nee' is aangevinkt bij vraag 14>

**15. Hebben zich wel kandidaten/sollicitanten met een AanDeBak garantie voor een functie in uw bedrijf aangediend**

- ☐ Nee
- ☐ Ja, maar zij kwamen niet door de selectieprocedure
- ☐ Ja, maar deze kandidaten zijn zelf afgehaakt
- ☐ Anders, namelijk <open antwoord>
- ☐ Weet ik niet

<Indien 'ja' is aangevinkt bij vraag 14>

**16. Hoe is uw ervaring over het algemeen geweest met medewerker(s) die vanuit de AanDeBak-garantie zijn aangenomen?**

- ☐ Zeer goed
- ☐ Goed
- ☐ Neutraal
- ☐ Slecht
- ☐ Zeer slecht
- ☐ Wisselend, soms goed, soms slecht
- ☐ Kan ik nog niet zeggen (medewerker is net gestart/moet nog starten)
- ☐ Weet ik niet

<Indien 'ja' is aangevinkt bij vraag 14>

**17. Heeft het afgeven van de AanDeBak-garantie bijgedragen aan vermindering van personeelstekort?**

- ☐ Ja, wij hebben nu voldoende personeel
- ☐ Ja, maar wij hebben nog steeds niet genoeg personeel
- ☐ Nee
- ☐ N.v.t., wij hebben geen personeelstekort
- ☐ Weet ik niet

<Indien 'ken ik niet' is aangevinkt bij AanDeBak-garantie bij vraag 10 of 'geen van bovenstaande' is aangevinkt bij vraag 14>

**18. Zou uw bedrijf belangstelling hebben om betrokken te zijn bij de AanDeBak-garantie?**

*Een AanDeBak-garantie is een garantie voor werk of een leerwerkplek tijdens of na het behalen van een mbo-diploma in de sectoren zorg, logistiek, techniek, bouw en de voedingsmiddelenindustrie. Zo zijn jongeren uit Rotterdam-Zuid die kiezen voor een opleiding met een AanDeBak-garantie bij aanvang van de opleiding al zeker van werk bij bijvoorbeeld uw organisatie.*

- ☐ Ja, voor een leerwerkplek <door naar vraag 20>
- ☐ Ja, voor een baangarantie <door naar vraag 20>
- ☐ Ja, voor beiden <door naar vraag 20>
- ☐ Wellicht
- ☐ Nee <door naar vraag 21>
- ☐ Weet ik niet <door naar vraag 21>

<Indien 'wellicht' is aangevinkt bij vraag 18>

**19. Waar zou deelname aan de AanDeBak-garantie vanaf hangen?**

*Meer antwoorden mogelijk*

- ☐ Onze personeelsbehoefte
- ☐ De samenwerking met andere bedrijven; we zijn niet groot genoeg om alleen deel te nemen
- ☐ Aan de hoeveelheid inspanningen die mijn bedrijf moet leveren

- ☐ Aan de bereidheid van de brancheorganisatie om hieraan mee te werken
- ☐ Aan de te verwachten opbrengsten van een baangarantie
- ☐ Of wij voorwaarden kunnen stellen om zo iemand aan te nemen (bijv. een sollicitatieprocedure)
- ☐ Aan de kwaliteit van de mensen die een dergelijke garantie oplevert
- ☐ Anders, namelijk <open antwoord>
- ☐ Weet ik niet <niet mogelijk i.c.m. andere antwoorden>

<Indien 'ja' of 'wellicht' is aangevinkt bij vraag 19>

**20. Welke AanDeBak-garantie zou uw bedrijf bij voorkeur (wellicht) willen geven aan een specifiek bij uw bedrijf passend(e) mbo-opleiding en/of -diploma? De garantie dat...**

- ☐ Een student een leerwerk-plek krijgt bij mijn organisatie
- ☐ Afgestudeerde direct een baan krijgt binnen mijn organisatie
- ☐ Afgestudeerde een sollicitatiegesprek krijgt bij mijn organisatie
- ☐ Een student een leerwerk-plek krijgt via de brancheorganisatie, wellicht bij mijn organisatie
- ☐ Afgestudeerde direct een baan krijgt via de brancheorganisatie, wellicht bij mijn organisatie
- ☐ Afgestudeerde een sollicitatiegesprek krijgt via de brancheorganisatie, wellicht bij mijn organisatie
- ☐ Anders, namelijk <open antwoord>
- ☐ Weet ik niet

*De gemeente Rotterdam zet zich in voor een betere arbeidsparticipatie van jongeren uit Rotterdam-Zuid via verschillende initiatieven. De gemeente hoopt hiermee de mismatch die zij zien tussen de arbeidsmarkt en onderwijs te verkleinen en de jongeren uit Rotterdam-Zuid beter aan het werk te helpen.*

**21. Welke opties zijn, in welke vorm dan ook, vanuit uw bedrijf kansrijk om in te zetten in het onderwijs? Met als doel om jongeren uit Rotterdam-Zuid beter aan een baan te helpen en meer personeel te werven voor uw bedrijf**

Initiatieven	Voor basisscholen	Voor middelbare scholen	Voor mbo- opleidingen	n.v.t. <niet mogelijk i.c.m. andere antwoorden>
Bezoeken aan mijn bedrijf door studenten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Het leveren van informatie aan een informatiepunt voor onze branche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Het leveren van informatie voor informatieboxen voor onze branche op scholen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Het verzorgen van gastlessen & workshops op scholen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Het geven van voorlichtingsavonden voor ouders	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Het bijwonen van evenementen waarbij jongeren op mijn sector worden gewezen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Initiatieven	Voor basisscholen	Voor middelbare scholen	Voor mbo- opleidingen	n.v.t. <niet mogelijk i.c.m. andere antwoorden>
Het aanbieden van maatschappelijke stages	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Het aanbieden van proefstuderen bij mijn bedrijf (ministages)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Het verzorgen van sollicitatietrainingen voor scholieren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Het verzorgen van trainingen op scholen om werknemersvaardigheden te vergroten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Het opnemen en verspreiden van promotiefilmpjes en/of reclame om onze sector te promoten onder (toekomstige) studenten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Het meewerken aan projecten op scholen (zoals pressure-cookers)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Andere optie(s), namelijk <open antwoord>				

<Niet laten zien wanneer alleen maar 'n.v.t.' is aangevinkt bij vraag 21>

**22. Wat zou het hoofdmotief van uw bedrijf zijn om deze initiatieven te ondernemen?**

*Meer antwoorden mogelijk*

- ☐ Om de bekendheid van mijn bedrijf te vergroten
- ☐ Om de bekendheid van mijn branche te vergroten
- ☐ Wij hopen hiermee dat (in de toekomst) vacatures bij ons makkelijker worden vervuld
- ☐ Vanuit financiële voordelen (aanvragen subsidie)
- ☐ Wij leveren graag een bijdrage aan het onderwijs zodat beter zicht ontstaat op de beroepspraktijk
- ☐ Meedoen kost weinig inspanning voor de organisatie
- ☐ Initiatieven sluiten goed aan bij de reeds bestaande activiteiten van de organisatie
- ☐ Anders, namelijk <open antwoord>
- ☐ Weet ik niet <niet mogelijk i.c.m. andere antwoorden>

<Laten zien wanneer alleen maar 'n.v.t.' is aangevinkt bij vraag 21>

**23. U heeft aangegeven dat u geen of weinig opties binnen uw bedrijf ziet om de jongeren uit Rotterdam-Zuid beter aan een baan te helpen. Kunt u dit toelichten?**

*Meer antwoorden mogelijk*

- ☐ Er is geen toegevoegde waarde voor mijn bedrijf
- ☐ Mijn ervaring is dat dit soort initiatieven niet succesvol zijn
- ☐ Er komen weinig van mijn medewerkers uit Rotterdam-Zuid
- ☐ Ik doe mijn inzet liever in andere regio's/wijken
- ☐ Het kost mijn bedrijf te veel moeite/inzet

- ☐ Wij hebben geen prangend personeelstekort
- ☐ Vanuit veiligheidsoverwegingen of wettelijke verplichtingen (bijv. te veel procedures)
- ☐ Anders, namelijk <open antwoord>

<iedereen>

**24. Zou uw bedrijf openstaan voor jonge werknemers of stagiaires uit Rotterdam-Zuid?**

- ☐ Ja <door naar vraag 26>
- ☐ Nee
- ☐ Weet ik niet <door naar vraag 26>

<Indien 'nee' is aangevinkt bij vraag 25; niet verplicht>

**25. Kunt u toelichten waarom uw bedrijf hier niet voor openstaat?**

<open antwoord>

<Niet verplicht>

**26. Heeft u nog verdere opmerkingen n.a.v. de vragenlijst?**

<open antwoord>

Hartelijk dank voor uw deelname aan dit onderzoek.

## Bijlage 3: Factsheets per branche

# Building the Right Investments for Delivering a Growing Economy

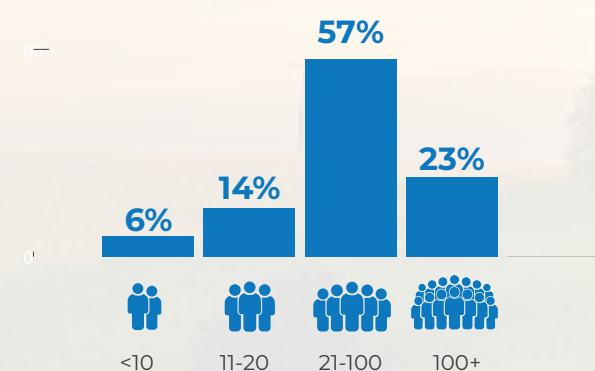
## Werkgeversonderzoek

### Transport en logistiek

Deze factsheet is onderdeel van het rapport 'Onderzoek onder werkgevers in relatie tot BRIDGE', waarvoor Ecorys in 2019 onderzoek heeft uitgevoerd onder werkgevers in verschillende sectoren. Deze factsheet gaat specifiek in op de resultaten uit de sector Transport en logistiek.

#### Algemeen

**1. 70 bedrijven zijn bevestigd** in de Transport en logistiek sector in Groot-Rijnmond. De verdeling naar bedrijfsgrootte is als volgt:



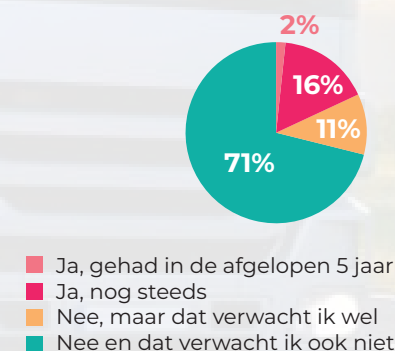
n=70

**2. Van deze bedrijven heeft 81,5% werknemers met een mbo-opleiding in dienst of hier behoefte aan**



n=55

**3. Daarvan geeft 29% aan de afgelopen 5 jaar onervulbare vacatures voor werknemers met een mbo-opleiding te hebben, te hebben gehad, of deze te verwachten waarvan de meeste op niveau 3 en 4**



n=16

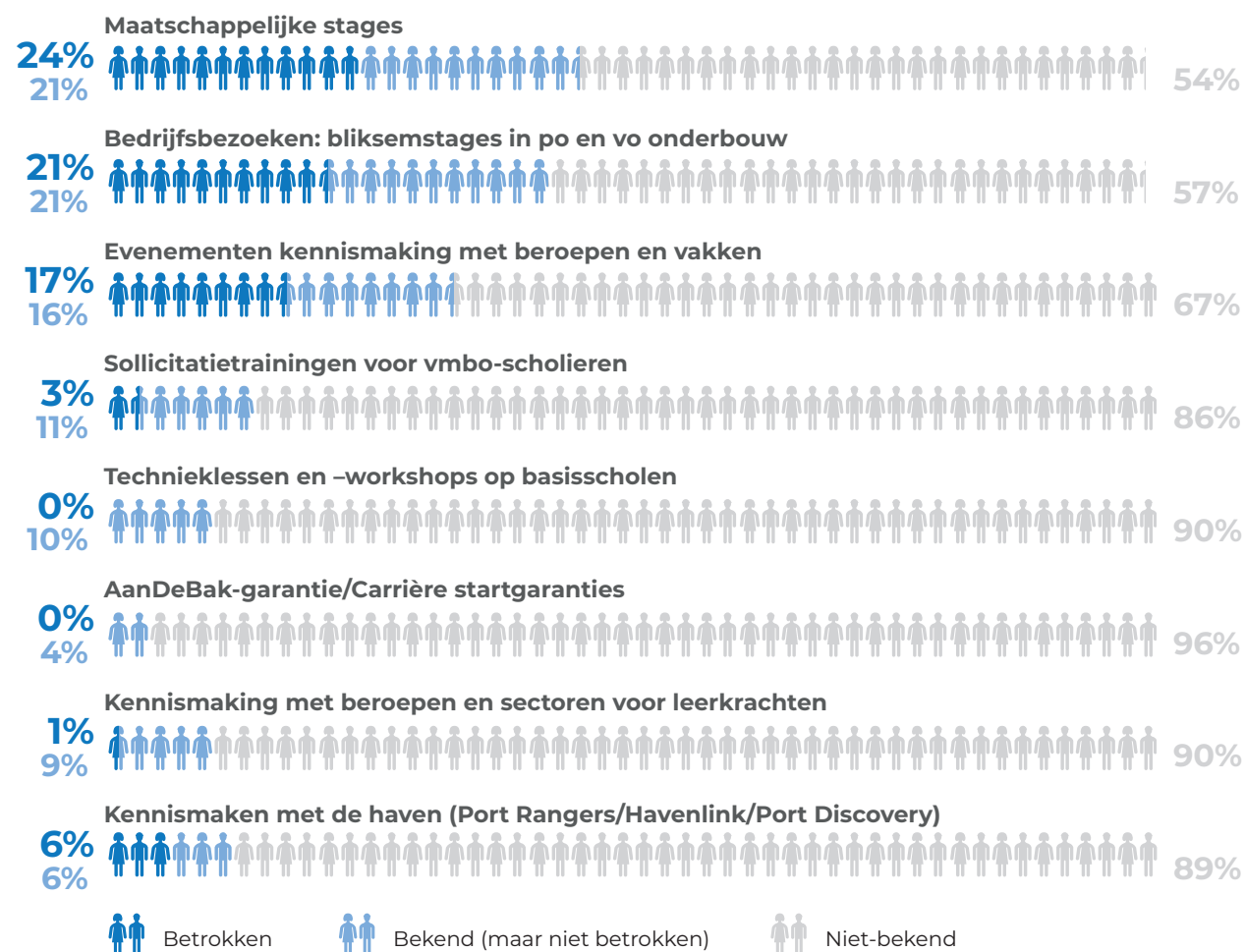
**4. De meest genoemde redenen voor deze onervulbare vacatures zijn:**

**56%**  
Te weinig aanbod van werknemers met de juiste competenties

**31%**  
Te weinig studenten nemen deel aan de gevraagde opleidingen/er is te weinig uitstroom

**31%**  
Gezochte werknemers hebben een meer specifieke opleiding nodig

#### Bekendheid en betrokkenheid bij (Bridge-)initiatieven LOB



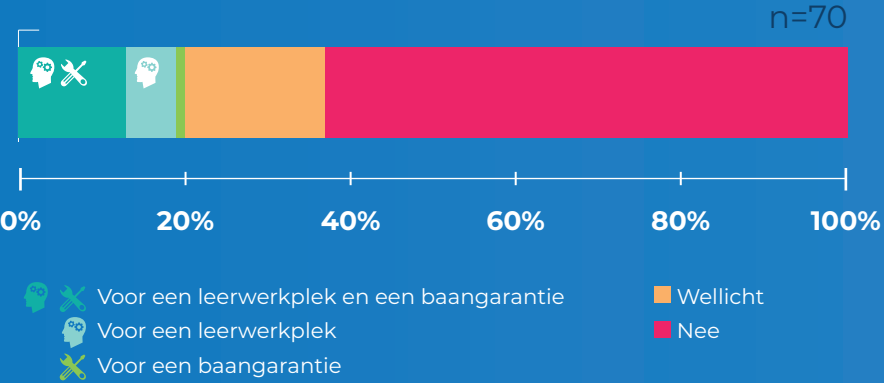
#### De meest genoemde redenen voor deelname aan initiatieven:

- 1 Vacatures bij het bedrijf makkelijker vervullen
- 2 Bijdrage aan het onderwijs zodat beter zicht ontstaat op de beroepspraktijk
- 3 De bekendheid van het bedrijf vergroten

#### De meest genoemde redenen om niet deel te nemen aan initiatieven:

- 1 Geen personeelsbehoefte
- 2 De inspanningen die het bedrijf moet leveren is te groot
- 3 Het initiatief levert te weinig kwalitatief personeel op

In totaal geeft 37% van de bedrijven in de sector aan (wellicht) geïnteresseerd te zijn in betrokkenheid bij de AanDeBak-garantie



Hiervoor worden verschillende vormen genoemd (top 3):

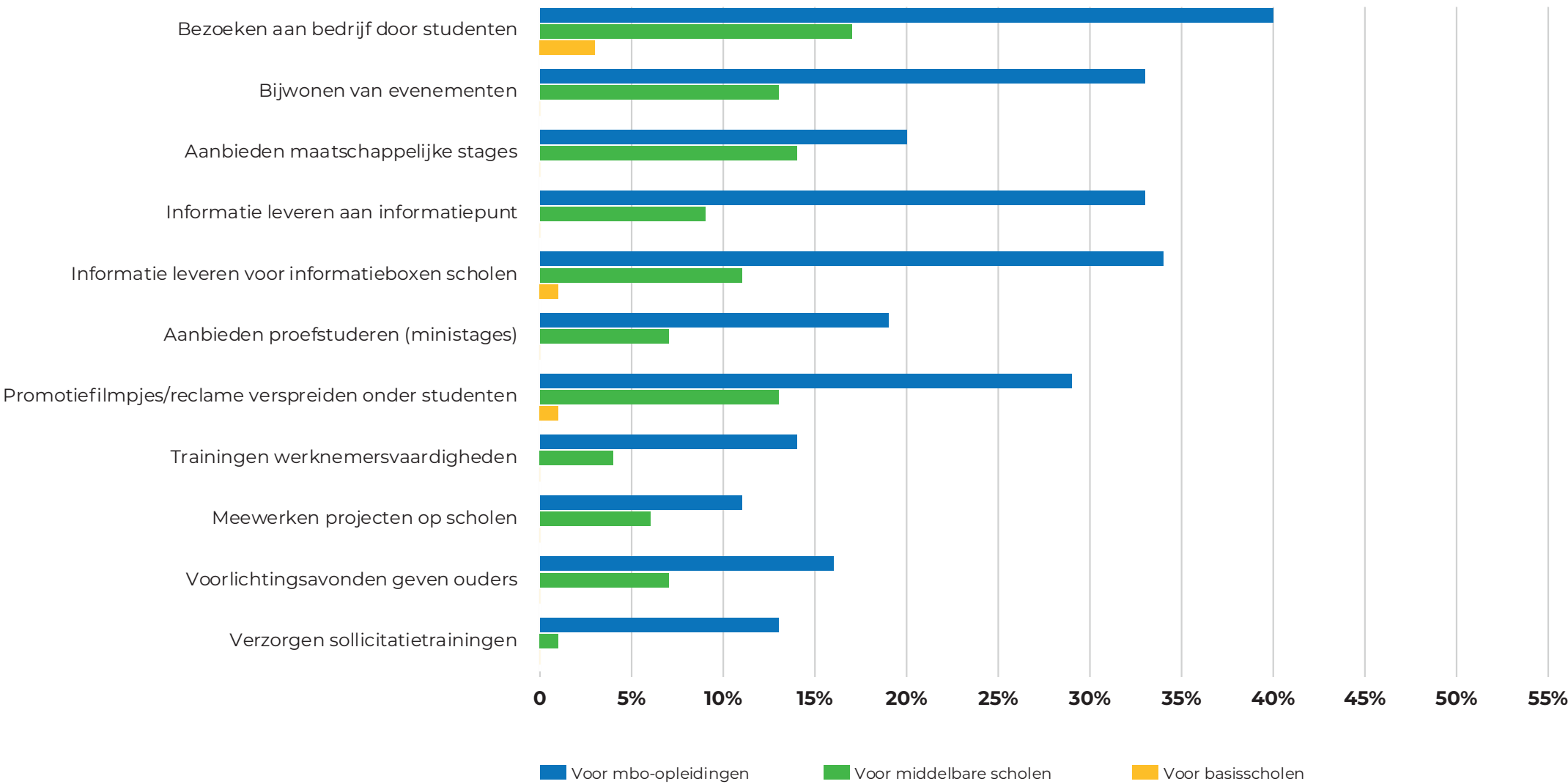
- 1 Een student krijgt een leerwerk-plek bij mijn organisatie
- 2 Een afgestudeerde krijgt direct een baan binnen mijn organisatie
- 3 Een student krijgt een leerwerk-plek via de brancheorganisatie, wellicht bij mijn organisatie

OP DE BANK  
OF AAN DE BAK



Kansrijke initiatieven LOB

Initiatieven die werkgevers kansrijk achten om zelf in te zetten  
n=70



Van de werkgevers in de sector geeft 77% aan open te staan voor jonge werknemers of stagiaires uit Rotterdam-Zuid



Bedrijven die niet open staan voor jongeren of stagiaires uit Rotterdam-Zuid geven hiervoor de volgende redenen:

- 1 Afstand woon-werkverkeer
- 2 We hebben geen personeelsbehoeften/-tekorten
- 3 Wij hebben geen personeel op mbo-niveau nodig





# Building the Right Investments for Delivering a Growing Economy

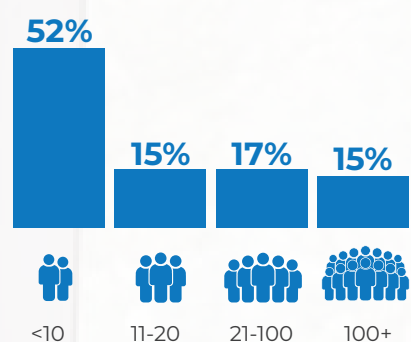
## Werkgeversonderzoek

### Zorg

#### Algemeen

Deze factsheet is onderdeel van het rapport 'Onderzoek onder werkgevers in relatie tot BRIDGE', waarvoor Ecorys in 2019 onderzoek heeft uitgevoerd onder werkgevers in verschillende sectoren. Deze factsheet gaat specifiek in op de resultaten uit de sector Zorg.

**1. 60 bedrijven zijn bevestigd** in de Zorg sector in Groot-Rijnmond. De verdeling naar bedrijfsgrootte is als volgt:



n=60

**2. Van deze bedrijven heeft 61,3% werknemers met een mbo-opleiding in dienst of hier behoefte aan**



n=38

**3. Daarvan geeft 47% aan de afgelopen 5 jaar on vervulbare vacatures voor werknemers met een mbo-opleiding te hebben, te hebben gehad, of deze te verwachten waarvan de meeste op niveau 2, 3 en 4**

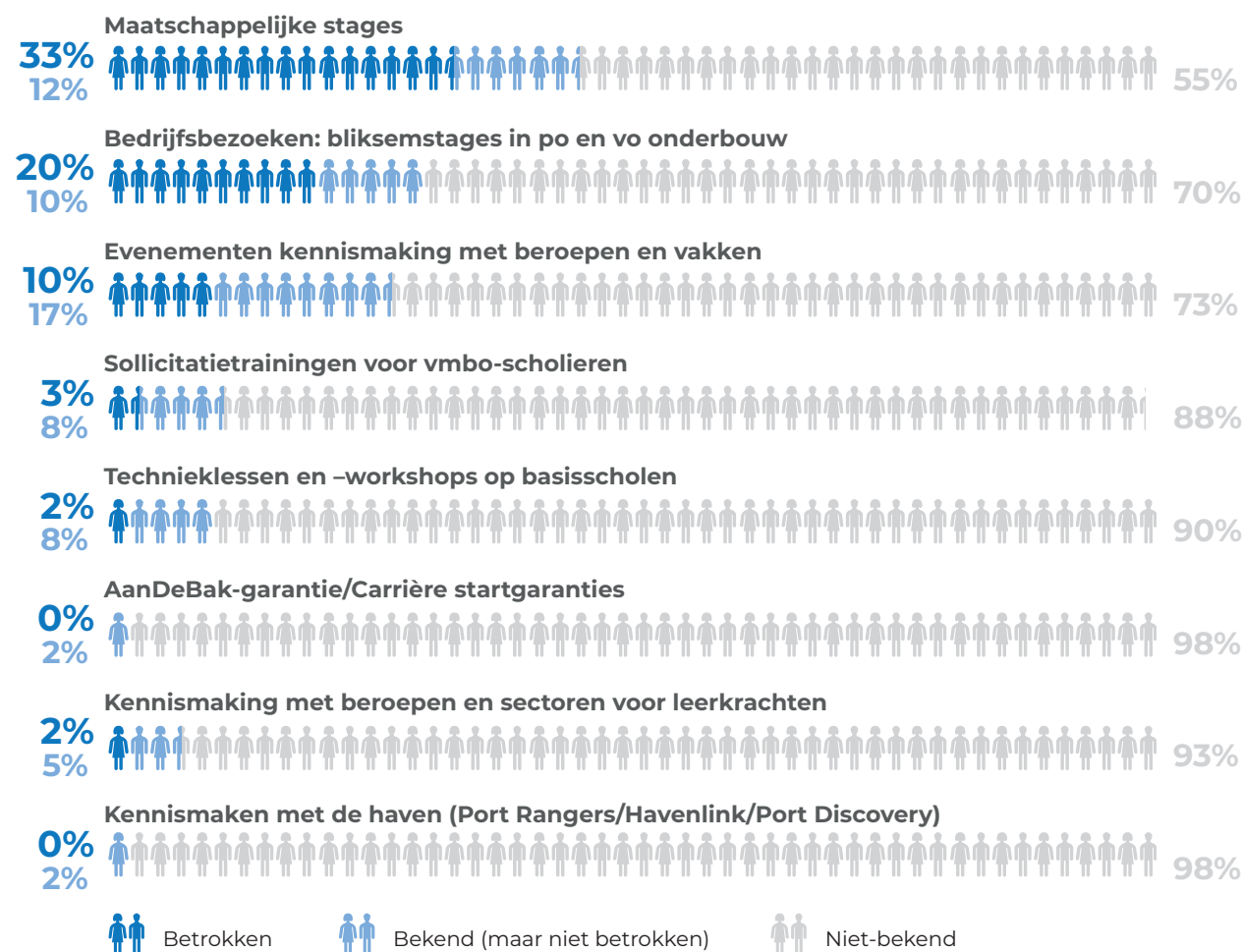


n=18

**4. De meest genoemde redenen voor deze on vervulbare vacatures zijn:**

- 72%** Te weinig aanbod van werknemers met de juiste competenties
- 33%** Gezochte werknemers hebben een meer specifieke opleiding nodig
- 17%** Te weinig studenten nemen deel aan de gevraagde opleidingen/er is te weinig uitstroom

#### Bekendheid en betrokkenheid bij (Bridge-)initiatieven LOB



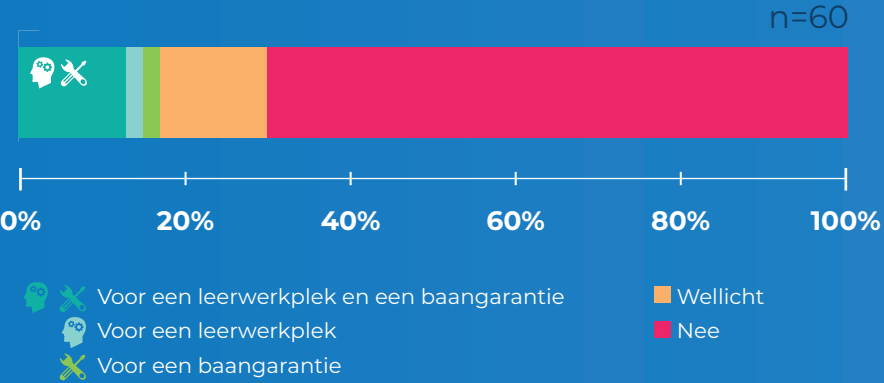
#### De meest genoemde redenen voor deelname aan initiatieven:

- 1** Vacatures bij het bedrijf makkelijker vervullen
- 2** Bijdrage aan het onderwijs zodat beter zicht ontstaat op de beroepspraktijk
- 3** De bekendheid van het bedrijf vergroten

#### De meest genoemde redenen om niet deel te nemen aan initiatieven:

- 1** Geen personeelsbehoefte
- 2** Het bedrijf kan te weinig eigen voorwaarden stellen
- 3** De inspanningen die het bedrijf moet leveren is te groot

In totaal geeft 30% van de bedrijven in de sector aan (wellicht) geïnteresseerd te zijn in betrokkenheid bij de AanDeBak-garantie



Hiervoor worden verschillende vormen genoemd (top 3):

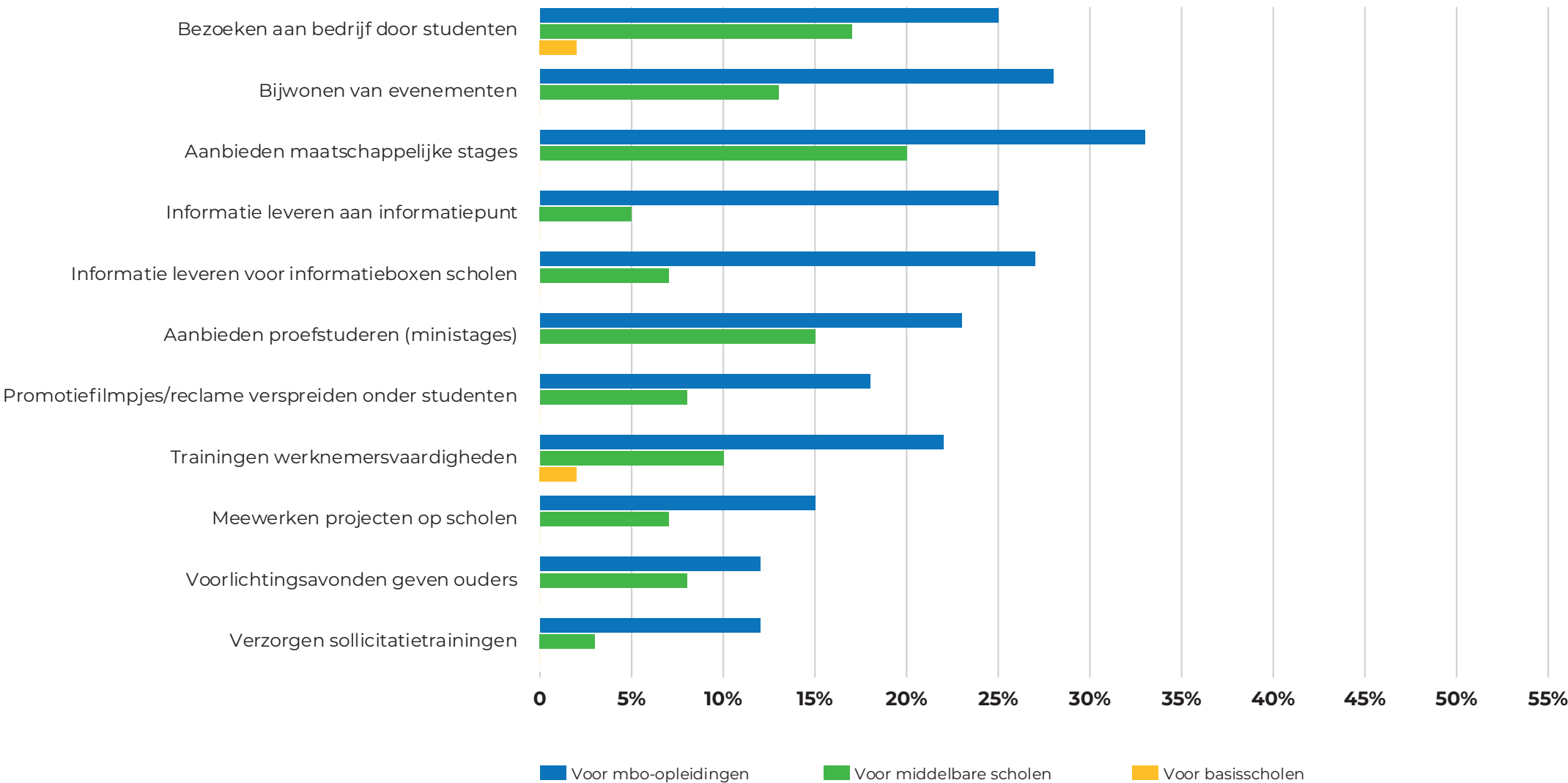
- 1 Een student krijgt een leerwerk-plek bij mijn organisatie
- 2 Een afgestudeerde krijgt een sollicitatiegesprek via de brancheorganisatie, wellicht bij mijn organisatie
- 3 Een afgestudeerde krijgt direct een baan binnen mijn organisatie

OP DE BANK  
OF AAN DE BAK



Kansrijke initiatieven LOB

Initiatieven die werkgevers kansrijk achten om zelf in te zetten  
n=60



Van de werkgevers in de sector geeft 72% aan open te staan voor jonge werknemers of stagiaires uit Rotterdam-Zuid



Bedrijven die niet open staan voor jongeren of stagiaires uit Rotterdam-Zuid geven hiervoor de volgende redenen:

- 1 Wij hebben geen personeel op mbo-niveau nodig
- 2 We hebben geen personeelsbehoeften/-tekorten
- 3 Wij zien geen mogelijkheden



# Building the Right Investments for Delivering a Growing Economy

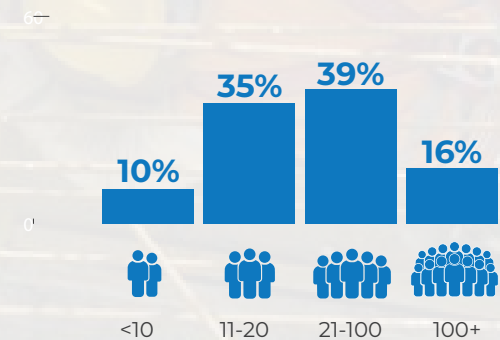
## Werkgeversonderzoek

### Bouw en Infrastructuur

Deze factsheet is onderdeel van het rapport 'Onderzoek onder werkgevers in relatie tot BRIDGE', waarvoor Ecorys in 2019 onderzoek heeft uitgevoerd onder werkgevers in verschillende sectoren. Deze factsheet gaat specifiek in op de resultaten uit de sector Bouw en Infrastructuur.

#### Algemeen

**1. 61 bedrijven zijn bevestigd** in de Bouw & Infrastructuur sector in Groot-Rijnmond. De verdeling naar bedrijfsgrootte is als volgt:



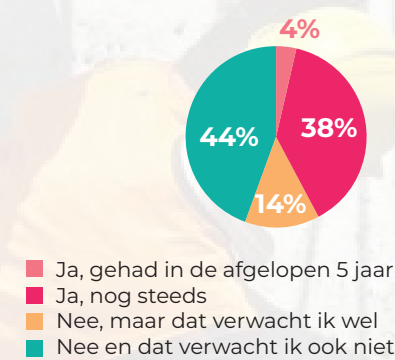
n=61

**2. Van deze bedrijven heeft 85,5% werknemers met een mbo-opleiding in dienst of hier behoefte aan**



n=52

**3. Daarvan geeft 56% aan de afgelopen 5 jaar onervulbare vacatures voor werknemers met een mbo-opleiding te hebben, te hebben gehad, of deze te verwachten waarvan de meeste op niveau 2, 3 en 4**

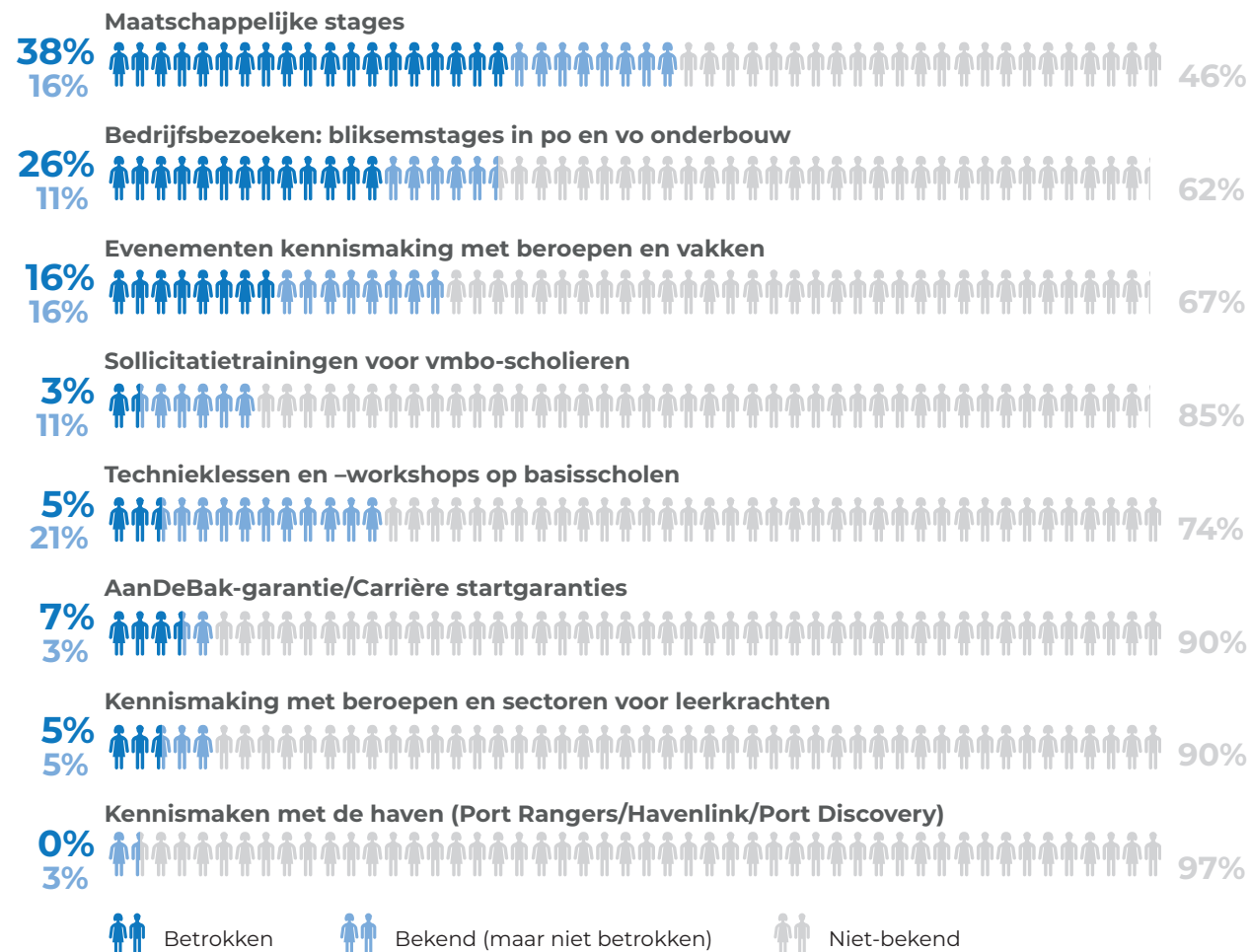


n=29

**4. De meest genoemde redenen voor deze onervulbare vacatures zijn:**

- 62%** Te weinig aanbod van werknemers met de juiste competenties
- 38%** Te weinig studenten nemen deel aan de gevraagde opleidingen/er is te weinig uitstroom
- 28%** Gezochte werknemers hebben een meer specifieke opleiding nodig

#### Bekendheid en betrokkenheid bij (Bridge-)initiatieven LOB



#### De meest genoemde redenen voor deelname aan initiatieven:

- 1** Vacatures bij het bedrijf makkelijker vervullen
- 2** De bekendheid van het bedrijf vergroten
- 3** De bekendheid van de branche vergroten

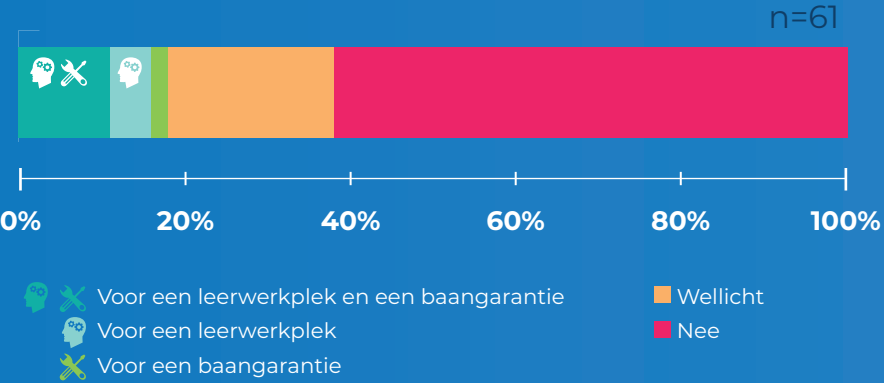
#### De meest genoemde redenen om niet deel te nemen aan initiatieven:

- 1** Geen personeelsbehoefte
- 2** Het initiatief levert te weinig kwalitatief personeel op
- 3** De inspanningen die het bedrijf moet leveren is te groot



AanDeBak-garantie

In totaal geeft 38% van de bedrijven in de sector aan (wellicht) geïnteresseerd te zijn in betrokkenheid bij de AanDeBak-garantie



Hiervoor worden verschillende vormen genoemd (top 3):

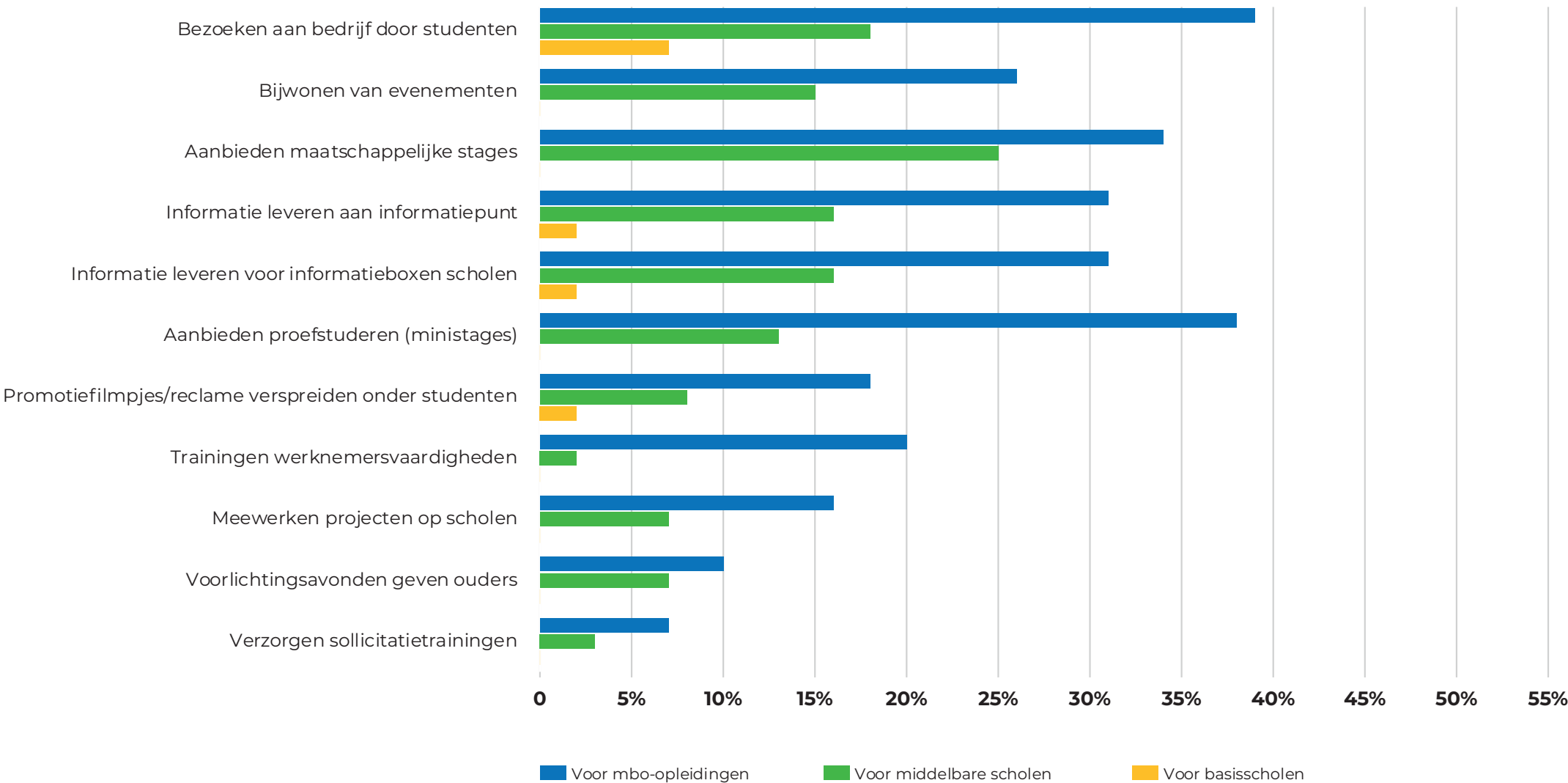
- 1 Een student krijgt een leerwerk-plek bij mijn organisatie
- 2 Een afgestudeerde krijgt een sollicitatiegesprek via de brancheorganisatie, wellicht bij mijn organisatie
- 3 Een afgestudeerde krijgt een sollicitatiegesprek bij mijn organisatie

OP DE BANK  
OF AAN DE BAK



Kansrijke initiatieven LOB

Initiatieven die werkgevers kansrijk achten om zelf in te zetten  
n=61



Van de werkgevers in de sector geeft 72% aan open te staan voor jonge werknemers of stagiaires uit Rotterdam-Zuid



Bedrijven die niet open staan voor jongeren of stagiaires uit Rotterdam-Zuid geven hiervoor de volgende redenen:

- 1 Afstand woon-werkverkeer
- 2 We hebben geen personeelsbehoeften/-tekorte
- 3 Opleidingen sluiten niet aan



# Building the Right Investments for Delivering a Growing Economy

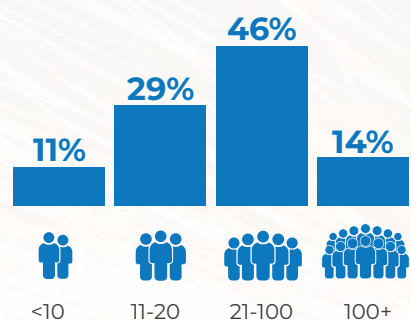
## Werkgeversonderzoek

### Techniek (/metaal)

Deze factsheet is onderdeel van het rapport 'Onderzoek onder werkgevers in relatie tot BRIDGE', waarvoor Ecorys in 2019 onderzoek heeft uitgevoerd onder werkgevers in verschillende sectoren. Deze factsheet gaat specifiek in op de resultaten uit de sector Techniek (/metaal).

#### Algemeen

**1. 105 bedrijven zijn bevestigd** in de Techniek (/metaal) sector in Groot-Rijnmond. De verdeling naar bedrijfsgrootte is als volgt:



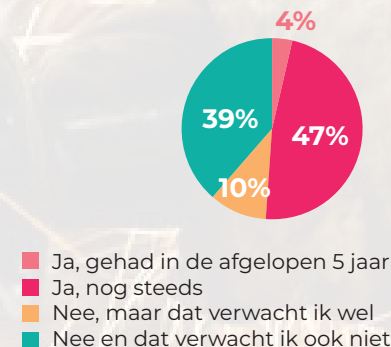
n=105

**2. Van deze bedrijven heeft 80% werknemers met een mbo-opleiding in dienst of hier behoefte aan**



n=78

**3. Daarvan geeft 62% aan de afgelopen 5 jaar onvervulbare vacatures voor werknemers met een mbo-opleiding te hebben, te hebben gehad, of deze te verwachten waarvan de meeste op niveau 3 en 4**



n=48

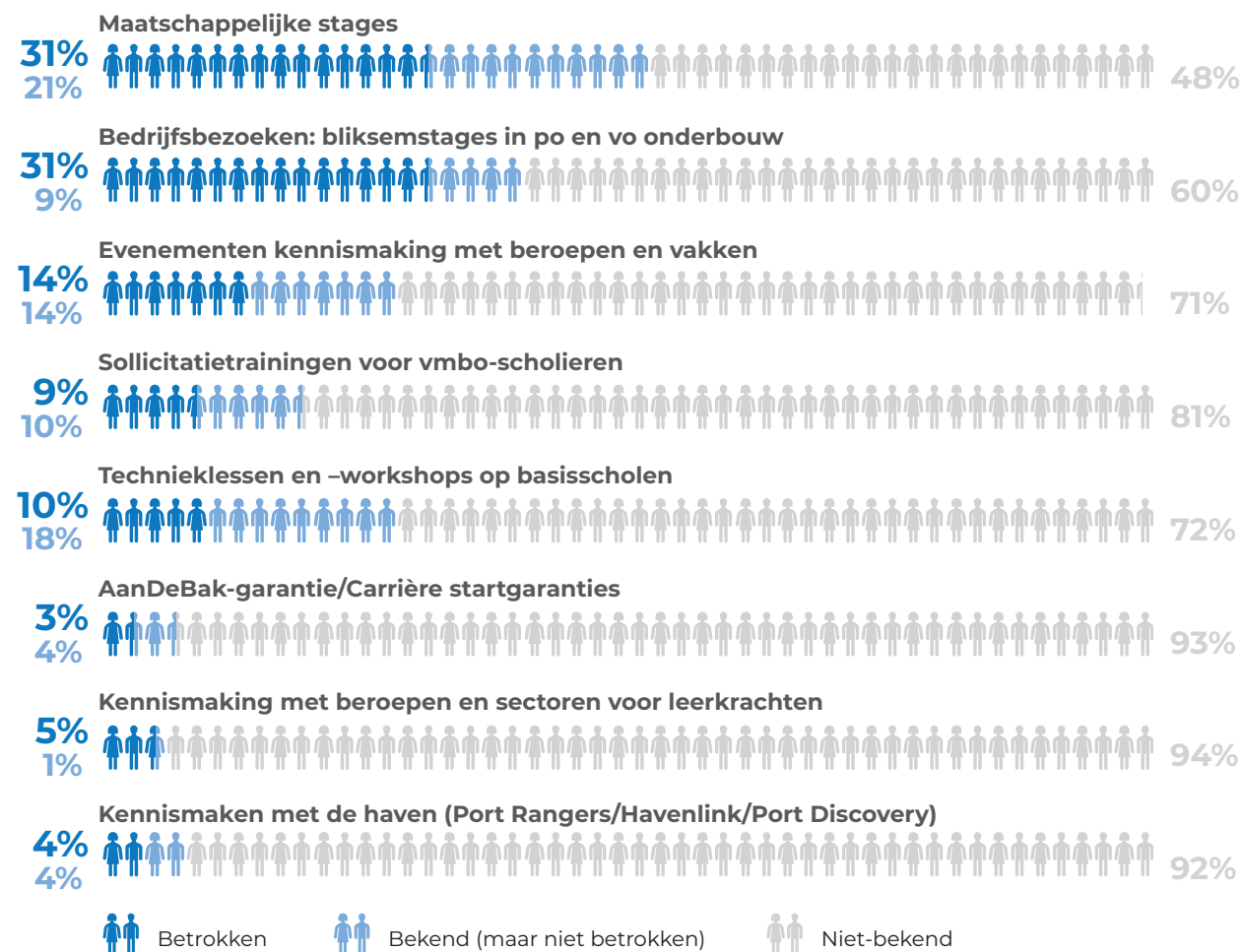
**4. De meest genoemde redenen voor deze onvervulbare vacatures zijn:**

**88%**  
Te weinig aanbod van werknemers met de juiste competenties

**35%**  
Gezochte werknemers hebben een meer specifieke opleiding nodig

**27%**  
Te weinig studenten nemen deel aan de gevraagde opleidingen/er is te weinig uitstroom

#### Bekendheid en betrokkenheid bij (Bridge-)initiatieven LOB



#### De meest genoemde redenen voor deelname aan initiatieven:

**1** Vacatures bij het bedrijf makkelijker vervullen

- 2** De bekendheid van het bedrijf vergroten
- 3** De bekendheid van de branche vergroten

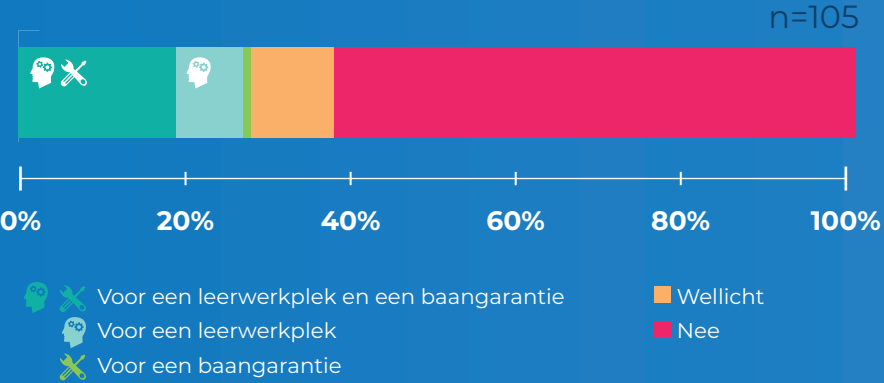
#### De meest genoemde redenen om niet deel te nemen aan initiatieven:

**1** Geen personeelsbehoefte

- 2** Het initiatief levert te weinig kwalitatief personeel op
- 3** Het bedrijf kan te weinig eigen voorwaarden stellen

AanDeBak-garantie

In totaal geeft 37% van de bedrijven in de sector aan (wellicht) geïnteresseerd te zijn in betrokkenheid bij de AanDeBak-garantie



Hiervoor worden verschillende vormen genoemd (top 3):

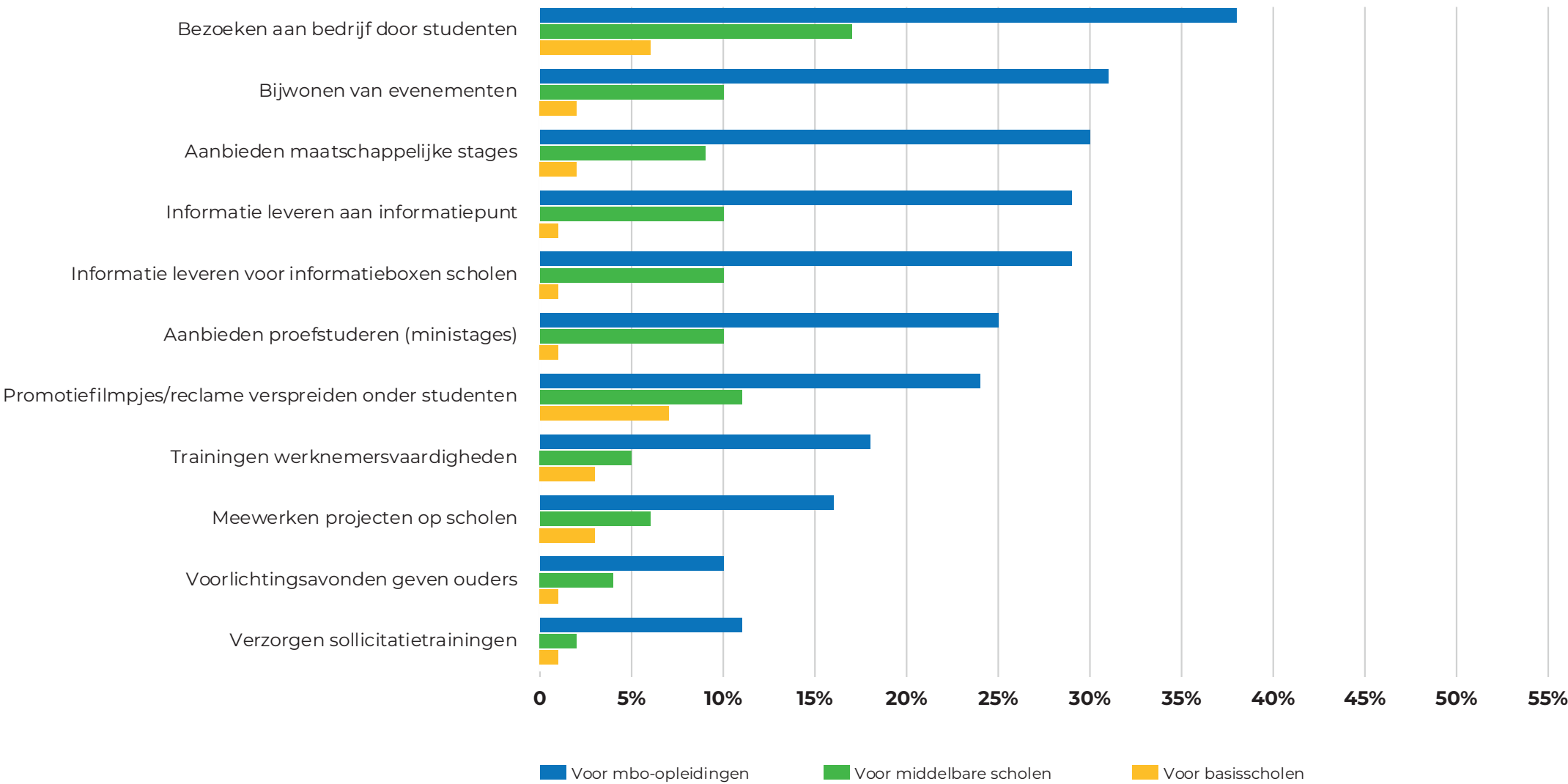
- 1 Een student krijgt een leerwerk-plek bij mijn organisatie
- 2 Een afgestudeerde krijgt een sollicitatiegesprek bij mijn organisatie
- 3 Een afgestudeerde krijgt direct een baan binnen mijn organisatie

OP DE BANK  
OF AAN DE BAK



Kansrijke initiatieven LOB

Initiatieven die werkgevers kansrijk achten om zelf in te zetten  
n=105



Van de werkgevers in de sector geeft 79% aan open te staan voor jonge werknemers of stagiaires uit Rotterdam-Zuid



Bedrijven die niet open staan voor jongeren of stagiaires uit Rotterdam-Zuid geven hiervoor de volgende redenen:

- 1 Afstand woon-werkverkeer
- 2 Opleidingen sluiten niet aan
- 3 Imago, houding of mentaliteit van de jongeren





# Building the Right Investments for Delivering a Growing Economy

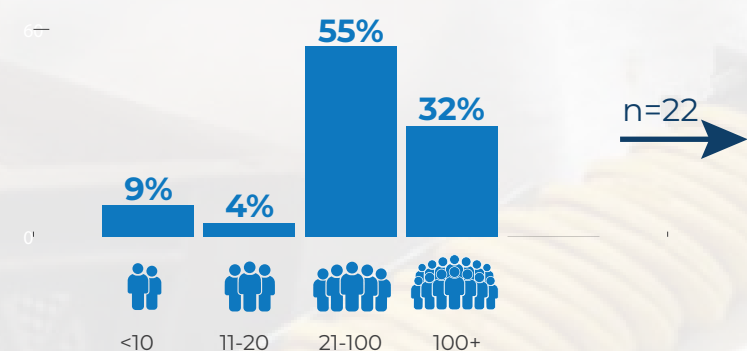
## Werkgeversonderzoek

### Voedingsmiddelenindustrie

Deze factsheet is onderdeel van het rapport 'Onderzoek onder werkgevers in relatie tot BRIDGE', waarvoor Ecorys in 2019 onderzoek heeft uitgevoerd onder werkgevers in verschillende sectoren. Deze factsheet gaat specifiek in op de resultaten uit de sector Voedingsmiddelenindustrie.

#### Algemeen

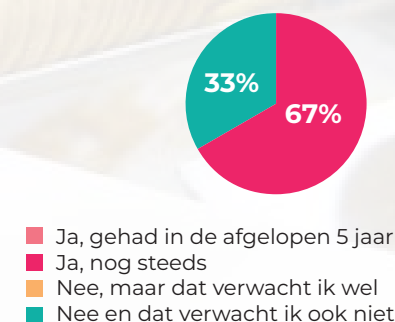
**1. 22 bedrijven zijn bevraagd** in de Voedingsmiddelenindustrie sector in Groot-Rijnmond. De verdeling naar bedrijfsgrootte is als volgt:



**2. Van deze bedrijven heeft 86,4% werknemers met een mbo-opleiding in dienst of hier behoefte aan**



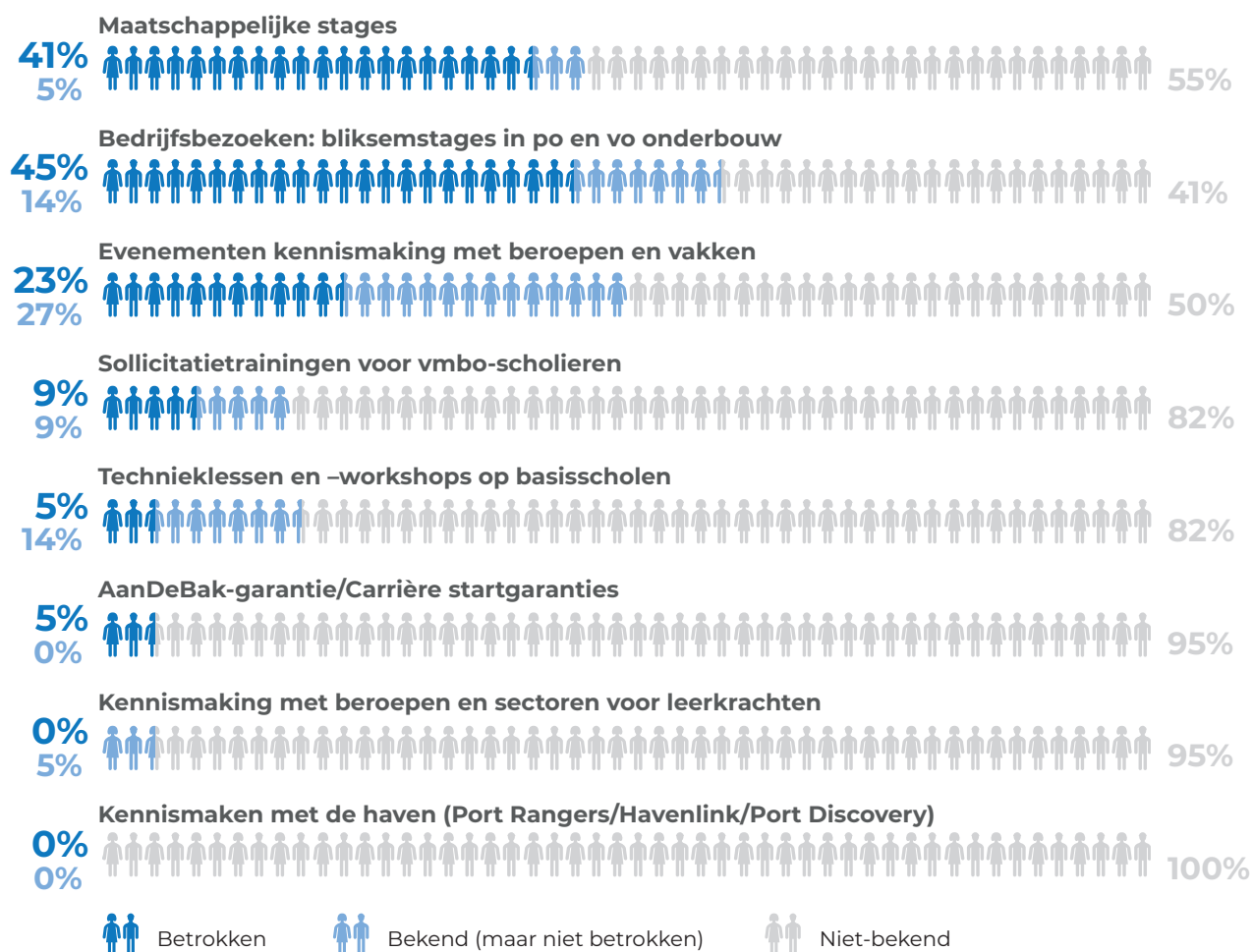
**3. Daarvan geeft 67% aan de afgelopen 5 jaar on vervulbare vacatures voor werknemers met een mbo-opleiding te hebben, te hebben gehad, of deze te verwachten waarvan de meeste op niveau 3 en 4**



**4. De meest genoemde redenen voor deze on vervulbare vacatures zijn:**

- 90%** Te weinig aanbod van werknemers met de juiste competenties
- 30%** Gezochte werknemers hebben een meer specifieke opleiding nodig
- 30%** Te weinig studenten nemen deel aan de gevraagde opleidingen/er is te weinig uitstroom

#### Bekendheid en betrokkenheid bij (Bridge-)initiatieven LOB



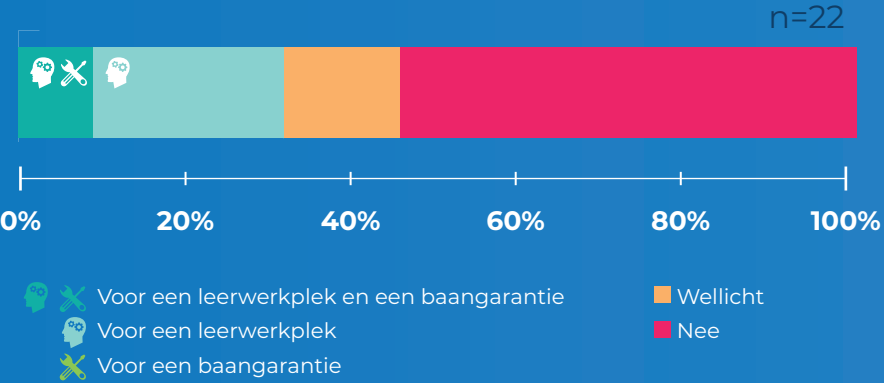
#### De meest genoemde redenen voor deelname aan initiatieven:

- 1** Vacatures bij het bedrijf makkelijker vervullen
- 2** De bekendheid van de branche vergroten
- 3** De bekendheid van het bedrijf vergroten

#### De meest genoemde redenen om niet deel te nemen aan initiatieven:

- 1** Geen personeelsbehoefte
- 2**
- 3**

In totaal geeft 45% van de bedrijven in de sector aan (wellicht) geïnteresseerd te zijn in betrokkenheid bij de AanDeBak-garantie



Hiervoor worden verschillende vormen genoemd (top 3):

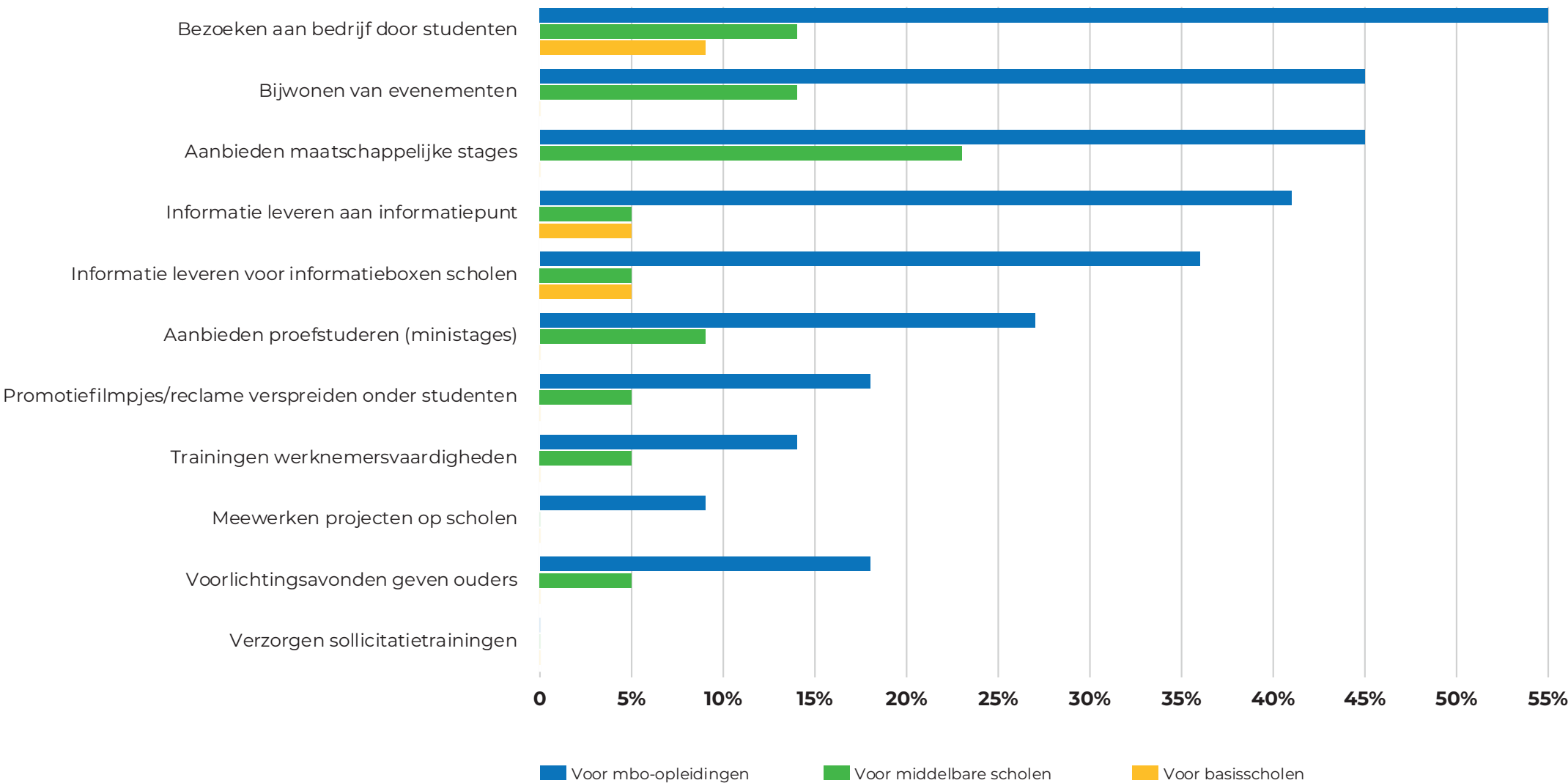
- 1 Een student krijgt een leerwerk-plek bij mijn organisatie
- 2 Een afgestudeerde krijgt een sollicitatiegesprek bij mijn organisatie
- 3 Een afgestudeerde krijgt direct een baan binnen mijn organisatie

OP DE BANK  
OF AAN DE BAK



Kansrijke initiatieven LOB

Initiatieven die werkgevers kansrijk achten om zelf in te zetten  
n=22



Van de werkgevers in de sector geeft 91% aan open te staan voor jonge werknemers of stagiaires uit Rotterdam-Zuid



Bedrijven die niet open staan voor jongeren of stagiaires uit Rotterdam-Zuid geven hiervoor de volgende redenen:

- 1 Afstand woon-werkverkeer
- 2 Imago, houding of mentaliteit van de jongeren
- 3



# Building the Right Investments for Delivering a Growing Economy

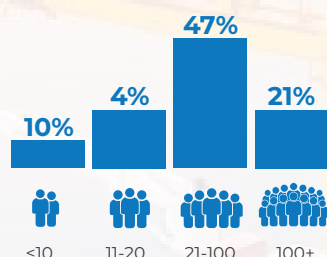
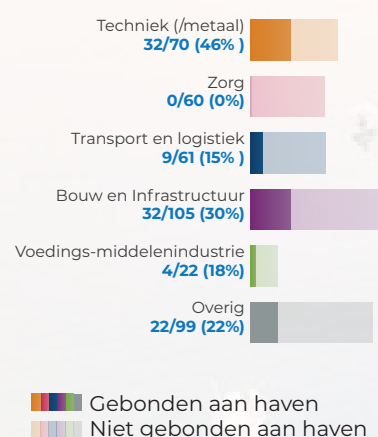
## Werkgeversonderzoek

### Haven

Deze factsheet is onderdeel van het rapport 'Onderzoek onder werkgevers in relatie tot BRIDGE', waarvoor Ecorys in 2019 onderzoek heeft uitgevoerd onder werkgevers in verschillende sectoren. Deze factsheet gaat specifiek in op de resultaten van bedrijven die gebonden zijn aan de haven, waarmee het meerdere sectoren beslaat.

#### Algemeen

**1. 99 bedrijven zijn bevestigd** in de haven sector in Groot-Rijnmond. De verdeling naar sector en bedrijfsgrootte is als volgt:



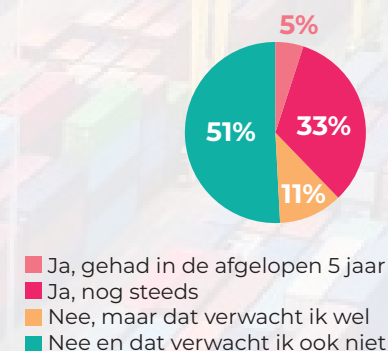
n=99

**2. Van deze bedrijven heeft 83,8% werknemers met een mbo-opleiding in dienst of hier behoefte aan**



n=79

**3. Daarvan geeft 49% aan de afgelopen 5 jaar onvervulbare vacatures voor werknemers met een mbo-opleiding te hebben, te hebben gehad, of deze te verwachten waarvan de meeste op niveau 3 en 4**



n=39

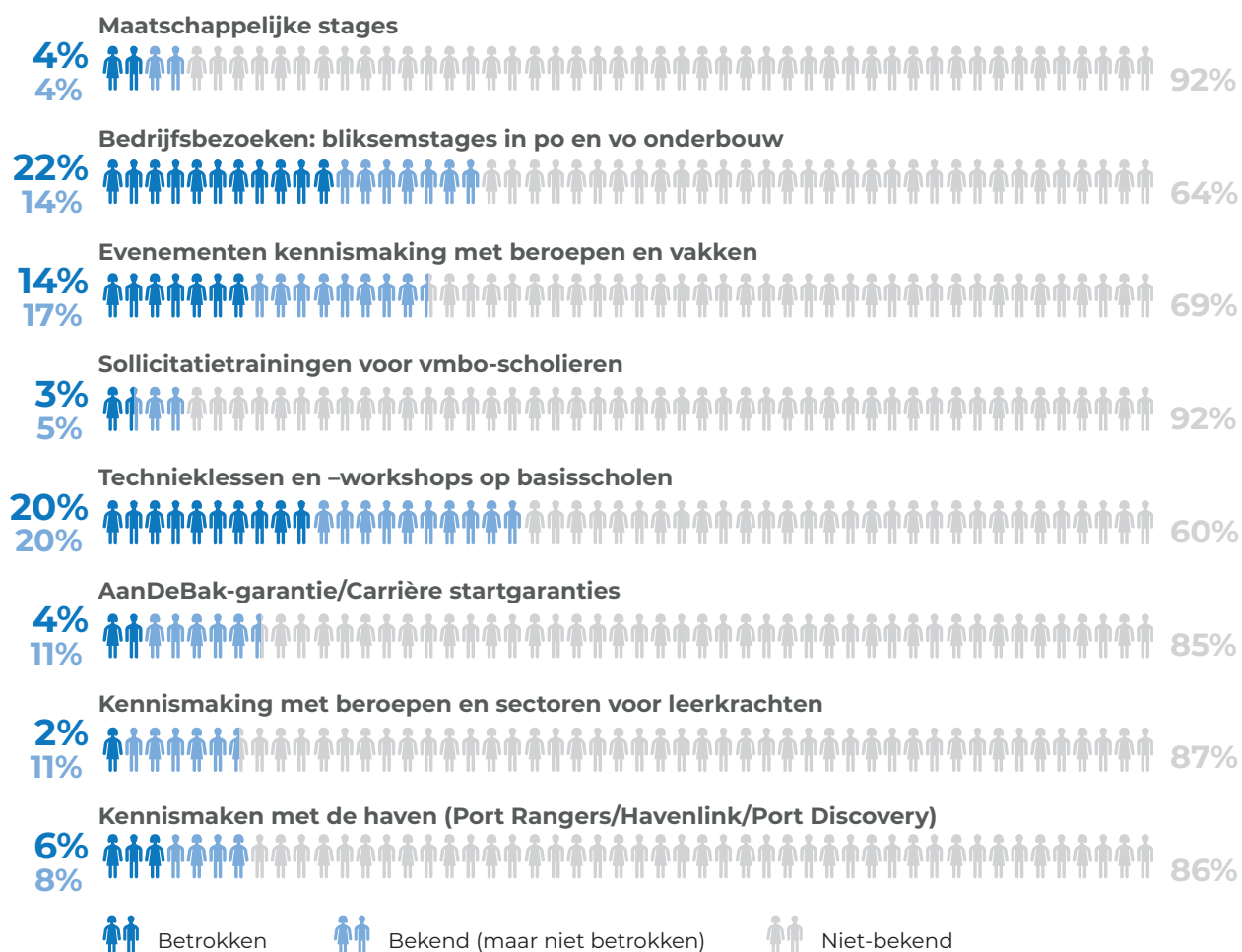
**4. De meest genoemde redenen voor deze onvervulbare vacatures zijn:**

**72%** Te weinig aanbod van werknemers met de juiste competenties

**33%** Gezochte werknemers hebben een meer specifieke opleiding nodig

**33%** Te weinig studenten nemen deel aan de gevraagde opleidingen/er is te weinig uitstroom

#### Bekendheid en betrokkenheid bij (Bridge-)initiatieven LOB



#### De meest genoemde redenen voor deelname aan initiatieven:

- 1 Vacatures bij het bedrijf makkelijker vervullen
- 2 De bekendheid van de branche vergroten
- 3 Bijdrage aan het onderwijs zodat beter zicht ontstaat op de beroepspraktijk

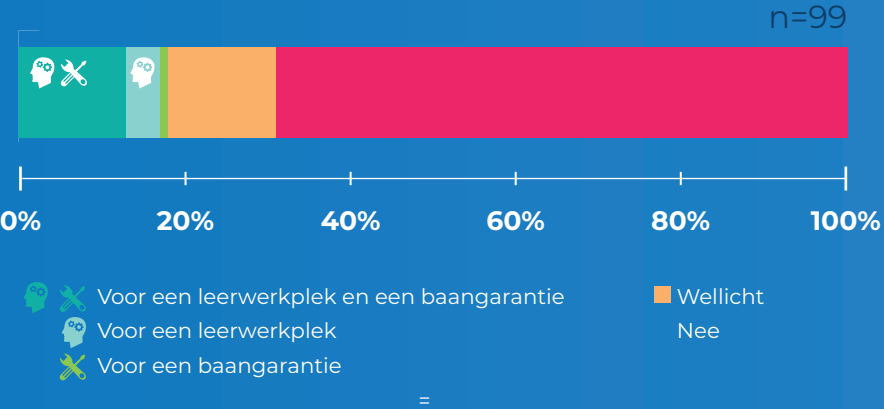
#### De meest genoemde redenen om niet deel te nemen aan initiatieven:

- 1 Geen personeelsbehoefte
- 2 De toegevoegde waarde voor het bedrijf is te klein
- 3 Negatieve ervaring met dit soort initiatieven



AanDeBak-garantie

In totaal geeft 31% van de bedrijven in de sector aan (wellicht) geïnteresseerd te zijn in betrokkenheid bij de AanDeBak-garantie



Hiervoor worden verschillende vormen genoemd (top 3):

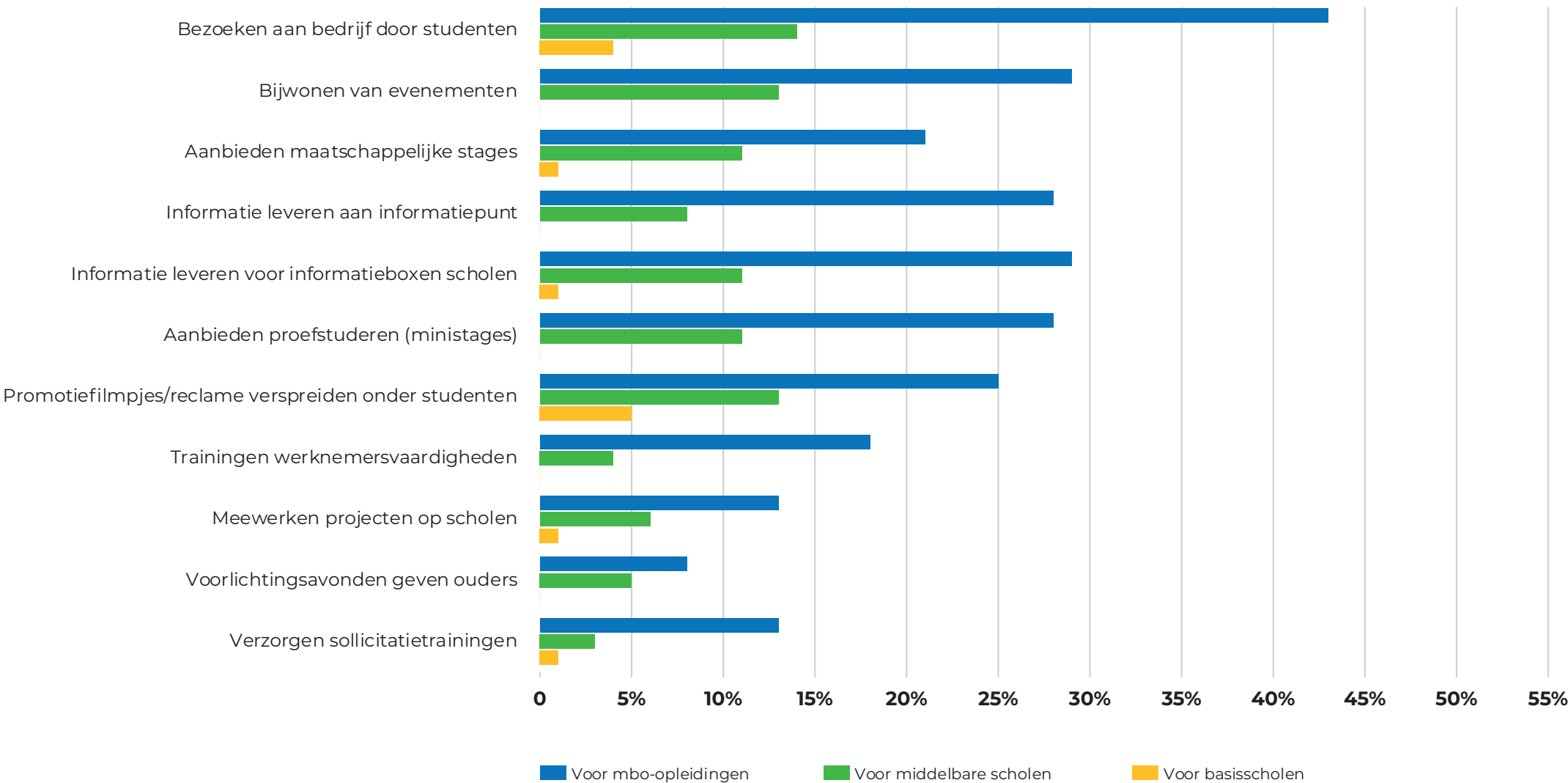
- 1 Een student krijgt een leerwerk-plek bij mijn organisatie
- 2 Een afgestudeerde krijgt direct een baan binnen mijn organisatie
- 3 Een afgestudeerde krijgt een sollicitatiegesprek bij mijn organisatie

OP DE BANK  
OF AAN DE BAK



Kansrijke initiatieven LOB

Initiatieven die werkgevers kansrijk achten om zelf in te zetten  
n=99



Van de werkgevers in de sector geeft 82% aan open te staan voor jonge werknemers of stagiaires uit Rotterdam-Zuid



Bedrijven die niet open staan voor jongeren of stagiaires uit Rotterdam-Zuid geven hiervoor de volgende redenen:

- 1 Opleidingen sluiten niet aan
- 2 Wij hebben geen personeel op mbo-niveau nodig
- 3 Afstand woon-werkverkeer



## Over Ecorys

Ecorys is een toonaangevend internationaal onderzoeks- en adviesbureau dat zich richt op de belangrijkste maatschappelijke uitdagingen. Door middel van uitmuntend, op onderzoek gebaseerd advies, helpen wij publieke en private klanten bij het maken en uitvoeren van gefundeerde beslissingen die leiden tot een betere samenleving. Wij helpen opdrachtgevers met grondige analyses, inspirerende ideeën en praktische oplossingen voor complexe markt-, beleids- en managementvraagstukken.

Onze bedrijfsgeschiedenis begon in 1929, toen een aantal Nederlandse zakenlieden van wat nu beter bekend is als de Erasmus Universiteit, het Nederlands Economisch Instituut (NEI) oprichtten. Het doel van dit gerenommeerde instituut was om een brug te slaan tussen het bedrijfsleven en de wereld van economisch onderzoek. Het NEI is in 2000 uitgegroeid tot Ecorys.

Door de jaren heen heeft Ecorys zich verspreid over de wereld met kantoren in Europa, Afrika, het Midden-Oosten en Azië. Wij werven personeel met verschillende culturele achtergronden en expertises, omdat wij ervan overtuigd zijn dat mensen met uiteenlopende eigenschappen een meerwaarde kunnen bieden voor ons bedrijf en onze klanten.

Ecorys excelleert in zeven werkgebieden:

- Economic growth;
- Social policy;
- Natural resources;
- Regions & Cities;
- Transport & Infrastructure;
- Public sector reform;
- Security & Justice.

Ecorys biedt een duidelijk aanbod aan producten en diensten:

- voorbereiding en formulering van beleid;
- programmamanagement;
- communicatie;
- capaciteitsopbouw (overheden);
- monitoring en evaluatie.

Wij hechten waarde aan onze onafhankelijkheid, onze integriteit en onze partners. Ecorys geeft om het milieu en heeft een actief maatschappelijk verantwoord ondernemingsbeleid, gericht op meerwaarde voor de samenleving en de markt. Ecorys is in het bezit van een ISO14001-certificaat dat wordt ondersteund door al onze medewerkers.





Postbus 4175  
3006 AD Rotterdam  
Nederland

Watermanweg 44  
3067 GG Rotterdam  
Nederland

T 010 453 88 00  
F 010 453 07 68  
E [netherlands@ecorys.com](mailto:netherlands@ecorys.com)  
K.v.K. nr. 24316726

W [www.ecorys.nl](http://www.ecorys.nl)

***Sound analysis, inspiring ideas***