

# Tijdelijk werk: een blijvende zaak

Na een periode van conglomeraatvorming in het bedrijfsleven is nu een omgekeerde trend op gang gekomen. Ondernemingen concentreren zich meer op hun hoofdactiviteiten en besteden nogal wat secundaire activiteiten uit aan daarop gespecialiseerde, dienstverlenende bedrijven. Hierdoor hopen zij meer flexibel te worden, wat van groot belang is in de huidige, toch wat onzekere economische situatie van herstel. Uiteraard wordt ook de uitzendbranche zelf geconfronteerd met een aantal onzekerheden. Het is nog steeds een nogal gefragmenteerde en onderling sterk concurrerende bedrijfstak. Versnellen van de groei door overname en licentieverlening is daarbij een riskante weg. De uitzendbranche is bovendien gevoelig en vertoont sterkere ups en sterkere downs dan de conjunctuurgolf in het algemeen. Met een goede interne structuur en een geperfectioneerde automatisering en informatieverwerking maken individuele uitzendondernemingen zich minder kwetsbaar voor een plotseling terugvallen van de vraag.

De vraag van het bedrijfsleven naar specifiek opgeleide, geschoolde en ervaren werknemers komt maar zelden exact overeen met het aanbod op de arbeidsmarkt zoals dat door het onderwijs wordt afgeleverd. Het tegendeel is het geval, en hiervoor dragen met name de onderwijsinstellingen een grote verantwoordelijkheid. De onderwijswereld is – in haar ivoren toren – onwetend gebleven van de snelle veranderingen in de buitenwereld, en heeft veelal zelfs bewust deze wat onsmakelijke, op winst gerichte, tot onvoorspelbare veranderingen geneigde werkelijkheid gemeden. Eenzins narcistisch navelstarend, is het onderwijs op middelbare school, HBO en universiteit wat sterk gericht op zachtere, andragogische disciplines en minder op wiskunde, exacte wetenschappen en economie.

Het bedrijfsleven treft in deze echter evenzeer blaam. De betrokken functionarissen kunnen nl. vaak onvoldoende duidelijk maken aan welke mentale instelling, kennis en ervaring nu eigenlijk precies behoefte is. Eén element is duidelijk: anderen – en met name de uitzendondernemingen zullen een helpende hand moeten bieden bij het overbruggen van de breuk die tussen het onderwijs en het bedrijfsleven is ontstaan. In discussies dienen de vragers beter te verduidelijken waar behoefte aan is en wat niet wordt aangeboden, en moeten de aanbieders beter luisteren en bereid zijn het onderwijs meer aan te passen aan de behoeften van die buitenwereld. Dat is gemakkelijker gezegd dan gedaan, maar dergelijke confrontaties zijn een absolute noodzaak voor het scherper afstemmen van het onderwijs op de arbeidsmarkt.

De uitzendbranche moet niet alleen deze dialoog op gang brengen, maar daarbij ook zelf initiatieven ontplooiën. Waar het onderwijs nog te kort schiet, moeten scholingsprogramma's opgezet worden voor uitzendkrachten. De ondernemingen in de uitzend-

A. Dreesmann



branche hebben hier een ideale functie in het signaleren en transformeren. Omdat deze branche midden tussen zeer gevarieerd vraag en aanbod is gesitueerd, wordt zij als eerste geconfronteerd met de overschotten en tekorten op dit stuk. Dit probleemgebied vormt dan ook een missie en een uitdaging voor de uitzendbranche.

Het bedrijfsleven heeft uiteraard zelf ook een toegenomen verantwoordelijkheid. In Nederland is dit een zwak punt. Ons land scoort meer in het algemeen en ook historisch nogal laag op het terrein van kwaliteit – van consumptie tot en met nivelleringsopgaven richting middenschool: kwaliteit is duur, verdacht en elitair. Ter zake van opleiding in het bedrijfsleven zelf heeft bovendien de sterke stijging van het minimumloon, dat al jaren lang een van de hoogste ter wereld is, niet bepaald bevorderend gewerkt. In andere Europese landen zijn de problemen wellicht wat kleiner en meer overkomelijk; men kent er bovendien uitgebreide scholingsprogramma's, zoals de Westduitse 'Lehrjahre' en de Franse 'formation continue'. In Nederland moeten en kunnen wij veel leren van dergelijke creatieve oplossingen, die als enig nadeel hebben dat zij niet hier zijn uitgevonden. Ik ben zeker geen deskundige op dit terrein, maar het komt mij voor dat deze aanpak door en met behulp van het bedrijfsleven in ons land een stuk minder ontwikkeld is dan in de Bondsrepubliek en in Frankrijk.

Tijdelijk werk is geen tijdelijk verschijnsel. De uitzendbranche heeft vaste voet aan de grond gekregen en zal in de nabije toekomst zelfs een nog veel belangrijker rol gaan spelen. Er zal altijd behoefte blijven aan uitzendkrachten in noodgevallen. Maar veel belangrijker voor het bedrijfsleven is de flexibiliteit in de personeelsbezetting die kan worden bereikt, zonder kosten van werving en opleiding van personeel. Bedrijven verhogen al vaak hun produktiviteit aanzienlijk door hun personeelsomvang te handhaven waarmee de normale hoeveel-

heid werk gedaan kan worden en de pieken op te vangen met uitzendkrachten. Uitzendkrachten zijn doorgaans voor bijna 95% productief te werk gesteld, terwijl de gemiddelde produktiviteit van het vaste personeel zeker lager ligt.

Het uitzenden is ook een blijvende zaak. De voornaamste oorzaak hiervan is gelegen in de overgang van onze industriële maatschappij naar een dienstengerichte maatschappij. Het belangrijkste element hierbij is dat agrarische en industriële producten kunnen worden opgeslagen, maar diensten in het algemeen niet. De personeelsomvang moet daardoor thans meer flexibel zijn dan eerder het geval was. De toenemende kosten van werving en overhead nopen ondernemingen en bedrijven hun personeelsomvang steeds nauwkeuriger te plannen. Bovendien veroorzaakt de versnelde technologische ontwikkeling tevens een versnelling van het personeelsverloop, met alle (scholings-)kosten van dien.

Waar de vraag naar uitzendkrachten om bovengenoemde redenen verder groeit en bovendien structureel is geworden, krijgt tevens het aanbod van tijdelijke arbeidskrachten meer aandacht. Dat aanbod groeit snel. De afnemende omvang van het gemiddelde huishouden speelt hier een belangrijke rol, te zamen met alle sociologische krachten die een steeds sterkere mate van individualisering veroorzaken. Verder leidt de veranderende houding t.o.v. werk en kinderopvoeding tot een behoefte aan flexibeler levensstijlen en arbeidstijden. Voor jonge mensen die proberen toegang te krijgen tot de arbeidsmarkt is nog een ander element van belang: tijdelijke banen geven de kans eens wat rond te neuzen en een indruk te krijgen van de mogelijkheden die zij hebben. Dat leidt tot ervaring in verschillende arbeidsomstandigheden, nog vóór een beslissende keuze t.a.v. de carrière is gemaakt.

De conclusie zal duidelijk zijn: de uitzendbranche is een blijvend onderdeel van de post-industriële samenleving. Het is nu al een onmisbaar element van de dienstmaatschappij die wij binnengetroten zijn. Het is een blijvende zaak en zal groeiende taken vervullen, onder voorwaarde dat het in staat zal blijven de steeds veranderende en steeds meer ingewikkelde eisen van het bedrijfsleven te vertalen en over te brengen.