

➔ Jeukwoorden bij werkgeversdienstverlening

TIEN WOORDEN WAARVAN WERKGEVERS
DE KRIEBELS KRIJGEN...



Je wilt werkgevers natuurlijk zo goed mogelijk ondersteunen bij het aannemen van mensen voor wie het moeilijk is om aan het werk te komen; mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt, met een rugzakje, die gehandicapt zijn, arbeidsgehandicapt, beperkt, speciaal, of... Maar welke woorden kun je dan het beste niet gebruiken en welke wel?

We hebben het gevraagd aan mensen uit de werkgeverswereld, aan bemiddelaars en aan werkgevers van grote en kleine bedrijven.

Dat leverde deze lijst van jeukwoorden op. Over waarom je de woorden beter niet kan gebruiken en hoe het ook anders kan.

➔ Jeukwoorden top 10

Uit de interviews hebben we een top-10 van jeukwoorden gedestilleerd. We konden helaas niet alle jeukwoorden opnemen in dit overzicht en moesten keuzes maken. Daarmee vielen jeukwoorden als ‘garantiebanen’ (maar wát garandeer je dan?), ‘traject’ (ik zoek een medewerker, moet ik nu ook nog op reis?!), ‘werkgeversservicepunt’ (terwijl de werkgever daar niet terecht kan voor alle vragen die een werkgever heeft), bijvoorbeeld af. De meest genoemde woorden hebben we in dit overzicht opgenomen.

Wat opviel in de interviews is dat de meeste jeuk ontstond door onduidelijke communicatie, vage termen en incorrect woordgebruik. SROI-kandidaat bijvoorbeeld. Een te vaag en breed begrip. Het is nog helemaal niet duidelijk wie je bedoelt als je een SROI-kandidaat hebt. Onduidelijke communicatie leidt ook tot ergernis. Als wordt gezegd dat een kandidaat onder de banenafpraak valt, of psychische problematiek ervaart, zegt dit de meeste werkgevers nog niet zo veel. Voor een werkgever is het relevant te weten wat de consequentie is. Krijg ik loonkostensubsidie? Kost het me handenvol administratief werk? Heeft de kandidaat extra begeleiding nodig, een eigen kantoor, of kan hij of zij minder lang werken? Wat betekent het in de praktijk voor de werkgever? En als laatste: incorrect woordgebruik. Bijvoorbeeld proefplaatsing verwarren met werkervaringsplek.

Wat daarnaast ook opviel is dat niet iedereen van dezelfde woorden jeuk krijgt. Veel geïnterviewden vonden ‘afstand tot de arbeidsmarkt’ heel hinderlijk. Maar één persoon vond het ook wel duidelijk. “Dan weet je tenminste waar je het over hebt”. En waar ‘plaatsen’ voor een paar mensen een jeukwoord was, gold dat voor anderen totaal niet. Communicatie is net mensenwerk. Dat benadrukt maar weer eens de noodzaak, zoals ook aangegeven in de interviews, om de persoon met wie je in gesprek gaat te kennen. Verdiep je in de werkgever en in de kandidaat. Dan weet je hoe iemand benaderd wil worden, wat werkgevers zoeken én wat kandidaten zoeken.

② 1. Afstand tot de arbeidsmarkt

Waarom? Het is een heel betrekkelijke term. Mensen hebben de juiste baan nog niet gevonden. Je zou ook kunnen zeggen: de arbeidsmarkt heeft een afstand tot deze mensen. Daarnaast wordt het ervaren als een negatieve term.

Vergelijkbaar jeukwoord: arbeidsbeperkt, beperkt, arbeidsgehandicapte, arbeidsbeperking

Hoe het anders kan! Specialist, talent, de jongens, iemand die een afstand tot de arbeidsmarkt ervaart

② 2. Rugzakje

Waarom? Het klinkt als iets dat je met je meestorst; een hele last. Zo wordt het soms ook bedoeld. Het is ook een verhulwoord: rugzak-je. Alsof je je er niet aan wilt branden dat er iets aan de hand is.

Vergelijkbaar jeukwoord: Mensen met een vlekje; speciaal talent; bijzondere talenten

Hoe het anders kan! 'Buitengewone eigenschappen'. Vooral belangrijk is duidelijkheid scheppen over wat er aan de hand is. De meeste mensen hebben wel een speciaal talent; het is handig om te weten wat dat is. En om te weten wat er nodig is om te zorgen dat iemand het werk goed kan doen: welke behoeften heeft een werknemer?

② 3. Beperking

Waarom? Het is erg negatief; kijkt naar wat iemand niet kan. Je insinueert dat iemand het werk nooit zo zal kunnen als een andere medewerker. Instanties en werkgeversdienstverleners zouden niet zo moeten communiceren.

Vergelijkbaar jeukwoord: Problematiek

Hoe het anders kan! Benoem wat er aan de hand is en wat mensen wel kunnen en willen.

④ 4. Kaartenbak

Waarom? Het is lastig te doorgronden voor een werkgever. Het is de bak met mensen die nooit duidelijk wordt voor een werkgever. Daarnaast is het vaak ook voor een bemiddelaar onmogelijk gemaakt om de kandidaten in de bak te kennen. Het aantal mensen dat door één persoon begeleid moet worden naar werk is veelal te groot. De menselijke maat gaat verloren. Het is hierdoor vaak moeilijk om de juiste kandidaat op de juiste plek te krijgen.

Vergelijkbaar leukwoord: De nummers, het granieten bestand, portefeuille, caseload, klantbeheer, casusbeheer

Hoe het anders kan! 'Onze werkzoekenden', 'de werkzoekenden die wij kennen', 'onze mensen', 'de kandidaten'. Of überhaupt geen kaartenbak! Het systeem moet transparanter. Zorg bijvoorbeeld dat werkgevers profielen in kunnen zien. En organiseer een informele meet and greet: een gesprek van werkzoekende tot werkgever.

④ 5. Een kans geven

Waarom? Je geeft niet alleen een kans, je krijgt ook een kans. Als je iemand duurzaam aan een baan wilt helpen brengt die persoon ook iets voor jou. Dat komt niet naar voren in deze term. Het lijkt zo alsof iemand dankbaar zou moeten zijn dat hij of zij bij jou mag werken.

Vergelijkbaar leukwoord: -

Hoe het anders kan! Een baan aanbieden, samen werken, samen een kans aanpakken

② 6. Participatiewet

Waarom? Je plaatst mensen in een hokje. Je ontnemt ze hun individualiteit en maakt het moeilijk om buiten de hokjes te acteren. Je gaat uit van wat iemand niet kan. Je inclusieve beleid kan hiermee ook uitsluiting in de hand werken; niet iedereen met een beperking zit in een hokje, maar daar wordt vaak wel naar gezocht vanwege subsidies. Aan het woord ‘participatie’ kleeft daarnaast ook nog een stigma: als je gebruik maakt van participatie kun je het kennelijk niet alleen.

Vergelijkbaar leukwoord: Quotumwetgeving, doelgroepregister, bananafpraak, SROI kandidaat, participatiewetters, et cetera

Hoe het anders kan! Kijk naar wat mensen wel kunnen. En gebruik het woord ‘participatiewet’ alleen in combinatie met een uitleg van de positieve regelingen/ondersteuning die de wet biedt, niet om de groep mensen aan te duiden voor wie die regelingen zijn

② 7. Proefplaatsing

Waarom? Proefplaatsing en werkervaringsplek worden vaak door elkaar heen en incorrect gebruikt.

Vergelijkbaar leukwoord: Werkervaringsplek

Hoe het anders kan! Gebruik de woorden correct én leg kort uit wat je ermee bedoelt. Dan is het ook duidelijk voor de luisteraar.

② 8. Plaatsen

Waarom? Het klinkt arrogant. De werkgever wordt buiten spel gezet: als er iemand ‘plaatst’ is het immers de werkgever, niet de werkgeversdienstverlener die dit doet. En als kandidaat wordt je ook niet serieus genomen: “Je plaatst mij niet”. Een werkgever en werknemer komen tot overeenstemming over het vervullen van een vraag.

Vergelijkbaar leukwoord: Matchen

Hoe het anders kan! Vervullen van een vraag, vervullen van een plek. Het bij elkaar brengen van werkgever en werknemer.

➔ 9. Maatwerk

Waarom? Hier kunnen veel accountmanagers zich achter verschuilen als het niet lukt de juiste mensen te vinden. Het helpt ook niet voor werkgevers. Als werkgever wil je weten waar je eventueel op moet toegeven, of op welke wijze je eraan kunt bijdragen dat een kandidaat tóch bij jou kan floreren.

Vergelijkbaar jeukwoord: Kandidaten zijn schaars

Hoe het anders kan! Verschuil je niet maar geef aan wat wel mogelijk is. Wees duidelijk wat er van een werkgever nodig is om een kandidaat te vinden en deze succesvol in zijn/haar nieuwe werkomgeving aan de slag te laten gaan.

➔ 10. SROI kandidaat

Waarom? Het is verschrikkelijk vaag. Niemand weet waar je het echt over hebt: doelgroepregister, banenafspraken of een contractuele verplichting met de klant. Het is erg breed en je kunt de verschillende casussen niet één op één met elkaar vergelijken en in één hokje stoppen.

Vergelijkbaar jeukwoord: -

Hoe het anders kan! Wees specifiek.

➔ Interviews

MARIEKE MULDER / PIETER PAUL VAN OERLE /
ANDY AARTS / BAS DUBBELD / HELEEN ROOSSEN /
KAREL MUSCH / CEES STEIJGER / VINCENT VISSER /
EDWIN VAN OOSTENDE



MARIEKE MULDER

DE NORMAALSTE ZAAK

COÖRDINATOR, PROJECTLEIDER EN VERBINDER

“Je hebt werkgevers in allerlei soorten en maten. Voor een werkgever is het van belang om te weten wat een nieuwe collega kan betekenen voor het bedrijf. Waar kan ik hem beter wel of niet voor inzetten?”

Je moet onderzoeken wat de werkgever nodig heeft. Weet wat het werk inhoudt en check je aannames hierin. Je moet ook eerlijk zijn over wat mogelijk is. Werkgevers zijn op zoek naar het schaap met de vijf poten, maar kunnen dat niet altijd krijgen. En ze moeten zelf vaak ook investeren, bijvoorbeeld in scholing en inwerken.

Voor een werkgever is het belangrijk om te weten waar hij aan toe is. Als accountmanager moet je eerlijk zeggen of je iemand denkt te kunnen vinden of niet. En zo nodig het gesprek aangaan over waar de werkgever de eisen kan laten versoepelen. En je moet eerlijk zijn over de kandidaat die je aandraagt. Je hoeft niet te vertellen wat de diagnose is. Daar gaat het niet eens om (en het mag niet verteld worden in verband met privacy). Wat wel belangrijk is voor een werkgever is weten waar hij of zij rekening mee moet houden. Uiteindelijk wil

een werkgever weten of een werknemer een aanwinst is voor zijn bedrijf of niet.

En wat de economische en maatschappelijke meerwaarde is van de werknemer voor het bedrijf.

Het gesprek met een werkgever wordt makkelijker als je de taal van de werkgever spreekt. Jargon kun je overslaan en je op primaire proces focussen. Als je toch een bepaalde term op tafel legt en iemand reageert glazig, dubbelcheck dan of je elkaar begrijpt.

Als laatste: denk mee met een werkgever.

Ben je bewust van je instrumentenkoffer, maar pak ‘m uit als het nuttig is. Of help mee met het papierwerk, als je op die manier van toegevoegde waarde kunt zijn.”



PIETER PAUL VAN OERLE

NLMTD
FOUNDER

“Wanneer het zou gaan jeuken? Als het als een ‘moetje’ wordt gepresenteerd: “het is je plicht, je hebt een verantwoordelijkheid”. We zijn een klein bedrijf in een niche markt. Onze mensen zitten allemaal bij de klant. Er moet dus een fantastische klik zijn. Het zou ook gaan jeuken als iemand binnenkomt zonder naar mijn werkwijze te kijken.”

“Wat wel zou werken is als iemand meer met een exploratief gesprek zou komen: wij hebben waanzinnig getalenteerde mensen, die toch wat moeite hebben om aan de slag komen vanwege bepaalde redenen. Dan zet ik rustig een paar uur aan de kant om te begrijpen hoe de match gemaakt kan worden. Ik zou het niet uit charitatieve overwegingen doen; dan moet je naar een grotere organisatie toe.”

“Het is belangrijk dat je je verdiept in je klant. Op welke wijze kan dit zakelijke meerwaarde bieden voor hem of haar. Ik geloof sowieso dat diversiteit een business opportunity is. Het is best moeilijk een goede diverse workforce op te bouwen. Maar het gaat de kwaliteit vooruithelpen. De bedrijfsresultaten zijn erbij gebaat. Het is dan wel belangrijk dat je aansluit bij wat de klant nodig heeft in zijn primaire proces en het niet insteekt als MVO-activiteit.

In ons geval zijn dat adviesdiensten.”

“Je moet je klant helpen de mentale ruimte te creëren om te zien wat daarin mogelijk is. Voor ons zouden een paar zaken heel logisch zijn. Voor iemand die in een hoogprikkel-omgeving moeilijk tot zijn recht kan komen, kunnen wij bijvoorbeeld een veilige omgeving creëren. Je kunt zo iets afpellen met iemand die daar meer inzicht en de scenario's en groepen kent. Dan kan het ook handig zijn als iemand voorbeelden meeneemt. Van mensen die in vergelijkbare professional services afdelingen zijn geland. Ook kan het handig zijn als iemand aangeeft welke andere voordelen er aan zitten. Bijvoorbeeld subsidies of extra zekerheid die geboden kan worden.”

“Uiteindelijk moet het leiden tot duurzame waardecreatie, voor beide partijen.”



ANDY AARTS
PRAXIS
HR BUSINESS PARTNER

“Eerlijk gezegd heb ik niet zo’n last van jargon. Je hebt nu eenmaal bepaald jargon. Ik zie niet zo goed wat het probleem is dat er jargon gebruikt wordt. We zijn ook al behoorlijk lang bezig op dit gebied, waardoor bepaalde termen voor ons allemaal al wel bekend zijn. Je moet de mensen ook op één of andere manier “oormerken”; ze moeten immers om diverse redenen herkenbaar zijn in het personeelssysteem. Wat we ons als werkgevers moeten realiseren is dat als we met instanties te maken hebben, je ambtelijke taal krijgt. Dat hoort erbij.

Natuurlijk zijn er woorden die niet zo handig zijn. Een voorbeeld is iemand bij mij ‘plaatsen’. Dat klinkt niet vriendelijk, ook niet naar de medewerker. Dat klinkt heel erg als eenrichtingsverkeer, terwijl wij een vacature hebben en dus ook een behoefte hebben. En de medewerker is iemand die een baan zoekt, toevallig via een instantie.

Voor ons is iedereen gelijk, alleen de manier van begeleiden kan anders of intensiever zijn. Wij gaan onze winkelmanagers de Harrie-training laten volgen en willen ook binnenkort gaan werken met interne jobcoaches, dit om te zorgen dat deze nieuwe medewerkers snel volleerde Praxis-medewerkers worden.

Ik heb best veel voorbeelden van mensen die als Wajong’ers binnenkomen en uiteindelijk leidinggevende worden.

Waar ik wel behoefte aan heb is: vertrouwen, eerlijkheid, meedenken en duidelijkheid. Je moet niet plotseling voor verrassingen geplaatst worden. Het komt voor dat we kandidaten via instanties aangeboden krijgen die feitelijk veel grotere problemen/ beperkingen hebben in de praktijk dan van tevoren aangegeven. Je kunt dit beter van te voren eerlijk aangeven. Dan kan een werkgever de juiste keuzes maken, en voorkom je desillusies bij kandidaten en frustraties bij de werkgever. Bovendien krijgt dan het vertrouwen van partijen een stevige deuk.

Ik hoor ook van andere HR Business partners of winkelmanagers niet dat zij een probleem hebben met het jargon. Maar wel met de formulierenstroom en het proces: ‘Wat moet ik veel doen om het opnieuw aan te vragen.’ Het proces versimpelen zou ons meer helpen dan andere woorden.”



BAS DUBBELD

BUITENGEWOON

SOCIAAL ONDERNEMER BUITENGEWOON –

SOCIAAL ONTWIKKELBEDRIJF VAN DE FACILICOM GROEP.

“Ik kom veel jeukwoorden tegen. De ergste is, wat mij betreft: “afstand tot de arbeidsmarkt”, “arbeidsbeperkt”, “beperkt”. Daarmee plaats je mensen direct buiten de arbeidsmarkt. Wij gebruiken: mensen die een afstand ervaren, want dat is veel breder. Dat kan iemand zijn die bijvoorbeeld sollicitatieangst heeft, een fysieke of mentale beperking, of een gat op het cv. Een ander is “toegevoegde waarde”. Tenenkrommend vind ik die. En toch gebruik ik het zelf ook, want als je het hebt over duurzaam werk, arbeidsparticipatie, ben je op zoek naar een duurzame baan. En dat doe je door te zoeken naar hoe mensen waarde kunnen toevoegen, bij zichzelf en bij de werkgever.

Veel jeukwoorden maken van mensen geen individuen met een eigen verhaal, maar maken ze onderdeel van een (beperkende) groep: doelgroep register, Participatiewet, quotumwetgeving enzovoorts. Terwijl wij willen kijken naar het verhaal achter de mens. In onze werkwijze stellen we een profiel op, waarin we vragen naar wat iemand graag zou willen doen. Of iets waarvan iemand altijd al heeft gedroomd het te doen. Dat zegt meer dan wat iemand gedaan heeft of tot welke categorie iemand behoort.

Het begint bij aansluiten op iemands perspectief. Van zowel de werkgever als de klant voor wie je de werkgever benadert. Je moet bespreken waar je naar op zoek bent als werkgever. Wat is de identiteit van de organisatie? En in gesprek met de werkgever kun je je kandidaat omschrijven, en niet blind een cv sturen. Daarbij kun je dan bespreken: wat kan ik inzetten om de afstand te overbruggen?

Ik vind het ook van belang om te stoppen met het evangelie prediken met elkaar. Het is beter voor je organisatie om een diverser team te hebben. Als je blijft denken dat je het doet ‘omdat wij zo goed zijn’ dan is het niet duurzaam. Bij de eerste reorganisatie liggen deze mensen er dan uit. Maar als je je realiseert wat het aan jouw organisatie toevoegt, dan is het duurzaam.

In de samenwerking tussen organisaties in dit werkveld is er veel jargon en ook veel jeukwoorden. Sommigen zijn belemmerend, anderen zijn nuttig. Maar het belangrijkste is om eerlijk en volledig met elkaar in gesprek te gaan en te blijven.”



HELEEN ROOSSEN

VNO-NCW

LANDELIJK REGISSEUR PERSPECTIEF OP WERK

“We gebruiken in dit werkveld veel beleidsmakerstaal en veel jargon. Als je dat bezigt in gesprek met iemand die niet uit het sociaal domein komt, kun je iemand al snel van je vervreemden. De taal die accountmanagers spreken sluit vaak niet aan bij de taal die werkgevers spreken. Dan zie je dat daar een vervreemding plaatsvindt. Als dat repeteert leidt dat tot irritaties.

We moeten ons realiseren dat we in een heel talig vakgebied zitten. De woorden die we gebruiken hebben invloed op het resultaat. Het vraagt om zorgvuldige communicatie. Om dit goed te doen, is het nodig je te verdiepen in de werkgever met wie je te maken hebt. Ten eerste in het taalgebruik van de werkgever. En ten tweede in het bedrijf van de werkgever, om te weten wat een werkgever nodig heeft. Op die manier kun je de juiste boodschap brengen, in een taal die de werkgever begrijpt.

De ervaring leert dat het vaak zo is dat werkgevers vaak concreet, feitelijk en resultaatgericht communiceren. Probeer daar zo veel mogelijk bij aan te sluiten. Bij concepten als ‘in je kracht zetten’ weten veel werkgevers bijvoorbeeld niet wat ze ermee aan moeten. Gebruik dan liever ‘een baan die past’. Als je jargon gebruikt dat je eerst moet uitleggen aan een werkgever ben je

hem of haar vaak ook al kwijt. Een voorbeeld hiervan is ‘werkfit’. Aan zo’n term hangt vaak een uitgebreide definitie, die dan aan de werkgever wordt uitgelegd. Maak liever concreet wat een kandidaat wel of niet kan.

We hebben het ook ingewikkeld gemaakt met een oerwoud aan regelingen. Als werkgever moet je hogere wiskunde hebben gestudeerd om te snappen hoe je mensen met een arbeidshandicap kunt aannemen of faciliteren. Dit verschilt ook nog eens per gemeente. We hebben wel heel veel hindernissen aangebracht met elkaar om het voor elkaar te krijgen.“



KAREL MUSCH

GREEN FOX – SOCIAL RETURN
OPERATIONEEL MANAGER

“Ik weet eigenlijk niet zo heel veel jekwoorden. Ik heb ook eens navraag gedaan bij mijn collega’s, maar dat levert niet veel op. Van ‘rugzakje’ kan ik me voorstellen dat het een jekwoord is. Het benadrukt zozeer wat iemand niet kan. Net als ‘afstand tot de arbeidsmarkt’. Ik vind dat zo’n betrekkelijke term. Wij hebben het liever over specialisten. De mensen die voor ons werken kunnen vaak één ding heel goed. Dat breiden we dan hopelijk uit tot twee, en soms drie dingen. We kijken wat iemand wél kan.

We bemiddelen mensen die onder de doelgroep ‘social return’ vallen, veelal in techniek en bouw. Deze ‘doelgroep’ is zo’n 1,5 miljoen mensen. De mensen die in deze doelgroep zijn veelal kwetsbaar. Velen willen wel aan het werk, maar durven de stap niet goed te zetten of weten niet hoe. De traditionele manier om een vacature uit te zetten en daarvoor kandidaten te zoeken werkt niet goed bij deze groep.

Wij zijn altijd op zoek naar de mogelijkheden die iemand wél heeft. In samenwerking met andere organisaties wordt dat soms ‘lastig’ gevonden. Kandidaten worden vaak al snel in een hokje geplaatst: als je bijvoorbeeld schoonmaker bent geweest, ben je schoonmaker. In systemen worden kandidaten gecategoriseerd in een bepaalde

functie. En arbeidsconsultenten hebben vaak zo’n grote portefeuille dat het niet mogelijk is om alle kandidaten goed persoonlijk in beeld te hebben. Zij zijn dan afhankelijk van de mogelijkheden die een systeem biedt om kandidaten in beeld te krijgen.

Wanneer een opdrachtgever naar ons toe komt kijken we welke rollen en taken gedaan moeten worden, in plaats van te zoeken op een functieterm. Moet de keet schoongemaakt worden? Moeten de vrachtwagens die de bouwplaats opkomen gecontroleerd worden? Enkele rollen samen maken dan een functie. Voor onze kandidaten kijken we zoveel mogelijk naar iemands mogelijkheden. Bijvoorbeeld: is iemand in staat om een VCA diploma te halen? Wanneer ze eenmaal aan het werk zijn, begeleiden we ze ook in het werk. Op die manier proberen we deze groep mensen op een duurzame manier aan werk te helpen en te houden.”



CEES STEIJGER

STEIJGER.COM MARKETING, MEDIA, COMMUNICATIE

INSPIRATOR, MOTIVATOR, COMMUNICATOR

“Klant, cliënt, traject, caseload, trajectbegeleider... Kijk, een werkgever is op zoek naar een werknemer. En de werkzoekende naar een baan. Maar van werkzoekende wordt hij klant, cliënt en dan wordt hij ‘caseload’, in een ‘traject’ met een ‘trajectbegeleider’. De klantmanager begeleidt daarmee dus ook niet de klant, maar het traject. De werkzoekende is abstract geworden. En de werkgever is plotseling óók intern trajectbegeleider geworden. Terwijl hij gewoon een vacature in wilde vullen. Het zijn allemaal ‘verhulwoorden’. Je verhult hiermee waar het werkelijk om gaat.

Ook zo’n verhulwoord is ‘rugzakje’. Mensen met een psychische aandoening hebben een ‘rugzakje’. Het is ook geen rugzak. Maar een rugzak-je. Je verhult het. Je maakt het zachter, prettiger. Terwijl je het niet zou moeten verhullen met taalgebruik. Mijn advies: neem het rugzakje weg en geef hen in plaats daarvan een steun in de rug.

Is het erg dat we jeukwoorden hebben? Ik denk het niet. Het geeft ook wel een beetje cachet aan het geheel. Maar het moet niet de communicatie en het doel in de weg staan. Een voorbeeld hiervan is het ‘werkgeversservicepunt’. Vanuit de aanbieder is dit een logische term. Maar vanuit de vragende kant is het onlogisch. Je kunt hier

als werkgever namelijk niet terecht met al je vragen. Over bijvoorbeeld de NOW-regeling, of hoe om te gaan met een arbeidsconflict. Nee, het gaat hier om specifieke dienstverlening in het kader van de Participatiewet en de banenafsprak.

En bij het werkgeversservicepunt hebben werkgevers ook te maken met verschillende mensen: ‘mijn collega komt zo bij u’. Terwijl ik al jaren de roep hoor om één aanspreekpunt. Je zou een generalistische klantmanager willen, die voldoende bagage heeft om de werkgever direct te helpen, én weet bij welke specialisten ze terecht kan voor meer informatie. Een werkgever vertelde laatst dat ze graag één iemand aan een baan wilde helpen. Daarbij kreeg ze drie helpenden over de vloer; en vervolgens ook nog een jobcoach. De werkgever wilde dat niet; die wilde snel en eenduidig kunnen werken. Natuurlijk is er maatwerk nodig, maar wel op basis van eenduidigheid.

Bij grote bedrijven zit vaak een HR manager, die deze taal spreekt en de regelingen kent. Die schakelt makkelijk met een klantmanager, om een traject op te zetten; die vinden elkaar wel. Maar bij een klein bedrijf is het lastiger. Als je een baan hebt, en een kandidaat (cliënt) krijgt met een rugzakje, die in een caseload zit en een traject volgt, en een jobcoach meebrengt.”



VINCENT VISSER

BALLORIG

COACHEND VESTIGINGSMANAGER, TEAMBUILDER

“We zitten hier in een krimpregio. Er is krapte op de arbeidsmarkt. Dan moet je dus creatief worden en dat hebben we gedaan. We zijn gaan werken met mensen met psychosociale problematiek. Mensen die onderdeel uit kunnen maken van het doelgroep register. Die een afstand tot de arbeidsmarkt hebben, en bijvoorbeeld een WIA-uitkering hebben.

Ik heb leren praten met dit jargon.

Een jeukwoord voor mij is het doelgroepregister. Je plaatst iemand in een hokje en gaat uit van wat mensen niet kunnen. Iemand die op de juiste plek zit hoeft geen gebruik te maken van het doelgroepregister. Eén van mijn medewerkers mocht gebruik maken van het doelgroepregister. Ik vond dat ze het werk op loonwaarde kon. Maar, als je bewijst dat iemand ook zonder kan, mag ze er in de toekomst geen gebruik meer van maken. Dus dan doe je het toch - bij een volgende baan kunnen misschien niet de juiste aanpassingen gedaan worden. Het kostte mij meer tijd, terwijl ik het onnodig achtte. En mijn medewerker voelde zich gehandicapt dan nodig. Je zou een systeem willen waarbij elke maand dat je er geen gebruik van maakt, je een maand extra recht houdt. En dan reguliere herbeoordeling.

Een ander jeukwoord is Participatiewet.

We vinden dat mensen mee moeten doen, maar plaatsen ze in een hokje. Aan ‘Participatie’ kleeft ook een stigma. Als je gebruik maakt van participatie kun je het niet alleen. Sowieso worden veel woorden gebruikt die een negatief beeld geven – richting werkgever én werknemer. ‘Beperking’ is er ook zo één. Je zegt daarmee dat je ervan uitgaat dat iemand het werk nooit zo zal kunnen als een ander. Zo moet je niet communiceren.

Dit soort woorden helpen de communicatie niet. “Hij zit in de Participatiewet.” Of in de WAA. En dan moet ik direct weten wat dat inhoudt, welke gevolgen dat heeft voor deze werknemer. Leg dan liever uit, in Jip en Janneke-taal, wat dat inhoudt: je krijgt een tegemoetkoming in loon omdat de kans op uitval groter is.

Al dit jargon zou minder gebruikt mogen worden. Ga eens met een groep werkgevers om tafel en vraag: hoe zou jij het fijn vinden dat we de medewerkers bij jullie aanbieden? Zorg voor korte lijntjes, zorg dat je weet wat bij een werkgever speelt en communiceer duidelijk.”



EDWIN VAN OOSTENDE

REDERIJ KEES

BEDRIJFSLEIDER

“Ik heb niet zo heel veel jeukwoorden, maar een paar zijn er toch wel. ‘Mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt.’ Het is ten eerste een hele mondvol en het klinkt zo negatief. Door het zo te noemen plaats je mensen buiten de maatschappij voor mijn gevoel. Wij noemen ze vaak gewoon ‘de jongens’. Laatst sprak ik iemand van een bedrijf waar ze het ‘talenten’ noemden. Ik vond dat een mooi woord, vooral omdat het bloemschikkers waren.

Een ander jeukwoord voor mij is ‘beperkingen’. Ik wil altijd juist weten wat iemand wel kan en wat iemand in de toekomst wil doen. Wij draaien het altijd om en vragen wat iemand kan en wil. Dan probeer ik daarin mee te denken en ze in te delen op wat ze wel kunnen; zodat ze zich ook kunnen neerleggen bij wat ze niet kunnen.

Het jargon binnen de diverse instanties vind ik inmiddels niet meer zo problematisch. Natuurlijk zijn er nog steeds wel termen en regelgeving die ik niet ken. Maar ik word steeds wijzer hierin. Hoe de route loopt weet ik nu, na 2,5 jaar, wel zo’n beetje. Toen ik net hier kwam werken en me het jargon

eigen moest maken heb ik daar wel flink veel moeite mee gehad. Niet alleen het jargon en de vele afkortingen zijn complex. Ook de regelgeving is ingewikkeld. Over welke paden moet je lopen? En welke partijen zijn allemaal betrokken? Dat is gewoon een complex veld.

Het heeft daarin altijd heel erg geholpen dat er één dag per week iemand van de Regenbooggroep (bemiddelaar) bij ons op kantoor aanwezig is. Dat ontlast mij heel erg bij het vinden van geschikte kandidaten. Zij kent ons bedrijf nu ook erg goed en het komt slechts heel af en toe voor dat ze iemand voorstelt met wie geen fit is. Als dat niet zo zou zijn, zou het vinden van de juiste kandidaten er een dagtaak bij betekenen.”

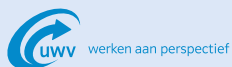


 www.samenvoordeklant.nl

 info@samenvoordeklant.nl

 @SamenvdKlant

 De Programmaraad



Samen verbeteren we de dienstverlening aan werkgevers en werkzoekenden