BUREAU BARTELS B.V.
RESEARCH | CONSULTANCY | MANAGEMENT

Stationsplein 69
3818 LE Amersfoort
Postbus 318
3800 AH Amersfoort
Telefoon (033) 479 20 20
Fax (033) 479 20 21
E-mail info@brtls.nl
Internet www.bureaubartels.nl

MONITOR PILOT WAJONG ADVIES VOUCHER
EINDRAPPORT

Eindrapport

Uitgebracht in opdracht van
het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid

Amersfoort, 28 oktober 2011

VOORWOORD

In opdracht van het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid heeft Bureau drie metingen uitgevoerd in het kader van de 'Monitor Pilot Wajong Advies Voucher'. De resultaten van de eerste twee metingen zijn eerder in twee afzonderlijke rapporten besproken. Dit rapport bevat de conclusies die – na afloop van de pilot – op basis van de drie metingen kunnen worden getrokken.

We danken de vertegenwoordigers van de deelnemende organisaties aan de Wajong Adviesvoucher en de re-integratiebedrijven die wederom hun medewerking aan het onderzoek hebben verleend. Ook zijn we de Wajongers dankbaar die hebben meegewerkt aan het onderzoek.

We hopen dat de inhoud van het rapport de opdrachtgever voldoende inzicht geeft in de ervaringen met en resultaten van de Pilot Wajong Advies Voucher.

Bureau Bartels B.V.
Amersfoort

INHOUD

VOORWOORD
INHOUD

1. INLEIDING 1
   1.1 Inleiding 1
   1.2 Aanpak van de monitor 2
   1.3 Steekproeftrekking en respons 4
   1.4 Leeswijzer 5

2. EFFECTIVITEIT 7
   2.1 Inleiding 7
   2.2 Kwantitatieve effecten van de Wajong Adviesvoucher 7
   2.3 Kwalitatieve effecten van de Wajong Adviesvoucher 12

3. INHOUD VOUCHERINSTRUMENT 15
   3.1 Inleiding 15
   3.2 Algemeen oordeel over de Wajong Adviesvoucher 15
   3.3 Oordeel over de modaliteiten van de Wajongvoucher 19
   3.4 Toepassing van de methode jobcarving 20

4. UITVOERING EN ORGANISATIE WAJONG ADVIES- VOUCHER 23
   4.1 Inleiding 23
   4.2 Bekendheid en informatievoorziening 23
   4.3 Ervaringen met de werving 24
   4.4 Ervaringen met het adviestraject 26
   4.5 Ervaringen met het adviesrapport 28
   4.6 Ervaringen met de samenwerking met het re-integratiebedrijf 30

5. ERVARINGEN MET WERVEN EN PLAATSEN WAJONGERS 33
   5.1 Inleiding 33
   5.2 Invulling van de Wajongprofielen 33
   5.3 Ervaringen met de aangestelde Wajongers 35
   5.4 Ervaringen van de Wajongers 36
   5.5 Duurzaamheid van de plaatsing 38
   5.6 Wajong Adviesvoucher en de toekomst 39

6. SAMENVATTENDE CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN 43
   6.1 Inleiding 43
   6.2 Samenvattende conclusies 43
   6.3 Aanbevelingen 45

LITERATUUR 49

BIJLAGE I GOEDE PRAKTIJKEN 51

1. INLEIDING

1.1 Inleiding

In februari 2010 is de Pilot Wajong Advies Voucher van start gegaan. De pilot is opgezet door het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid (SZW) om werkgevers te stimuleren de mogelijkheden te verkennen om jonggehandicapten als medewerker aan te nemen. Met deze voucher kan een werkgever namelijk een gratis advies laten uitvoeren door een re-integratiebedrijf. Dit advies heeft betrekking op de vraag of het bij een werkgever mogelijk is om, via 'jobcarving', één of meerdere functies voor jonggehandicapten te creëren. Indien daarvan sprake is kunnen Wajongprofielen worden opgesteld. De werkgever kan vervolgens bepalen of ze de Wajongprofielen invullen door het aannemen van een Wajonger.

Een aanleiding voor de start van de pilot is de herziening van de Wet arbeidsongeschiktheidsvoorziening jonggehandicapten (Wajong). Per 1 januari 2010 geldt de Wet werk en arbeidsondersteuning jonggehandicapten (Wet Wajong). Een belangrijke rode draad voor deze herziening is dat niet zozeer de beperkingen maar veel meer de mogelijkheden van jonggehandicapten benadrukt worden. In de nieuwe Wajong staat daarom niet langer het recht op een uitkering centraal maar het recht op arbeidsondersteuning.

Na afloop van de Pilot Wajong Advies Voucher zal een besluit worden genomen over een eventuele bredere uitrol van de Wajong Adviesvoucher. Bij deze besluitvorming zullen de resultaten van de pilot uiteraard een belangrijke rol spelen. Om deze reden heeft het ministerie besloten om een monitor van de Pilot Wajong Advies Voucher te laten uitvoeren. Op een drietal momenten tijdens de pilot is onderzocht wat de gerealiseerde effecten zijn en welke ervaringen de verschillende betrokken partijen met de Wajong Adviesvoucher hebben opgedaan. Bureau Bartels heeft deze monitor in opdracht van het ministerie uitgevoerd.

In het najaar van 2010 heeft een eerste meting plaatsgevonden[1]. De tweede meting is uitgevoerd tussen maart en mei 2011. De derde en laatste meting is tussen juli en september 2011 gerealiseerd. Van de eerste twee metingen zijn twee afzonderlijke rapportages gemaakt. De uitkomsten van de derde meting zijn verwerkt in dit derde rapport. De resultaten worden – samen met de resultaten uit de twee eerdere metingen – gebruikt om te komen tot eindconclusies over de organisatie, uitvoering en effectiviteit van de Wajong Adviesvoucher.

[1] De resultaten van de eerste meting zijn vastgelegd in het rapport *'Monitor Wajong Advies Voucher; eerste meting'* (Bureau Bartels, 2010).

1.2 Aanpak van de monitor

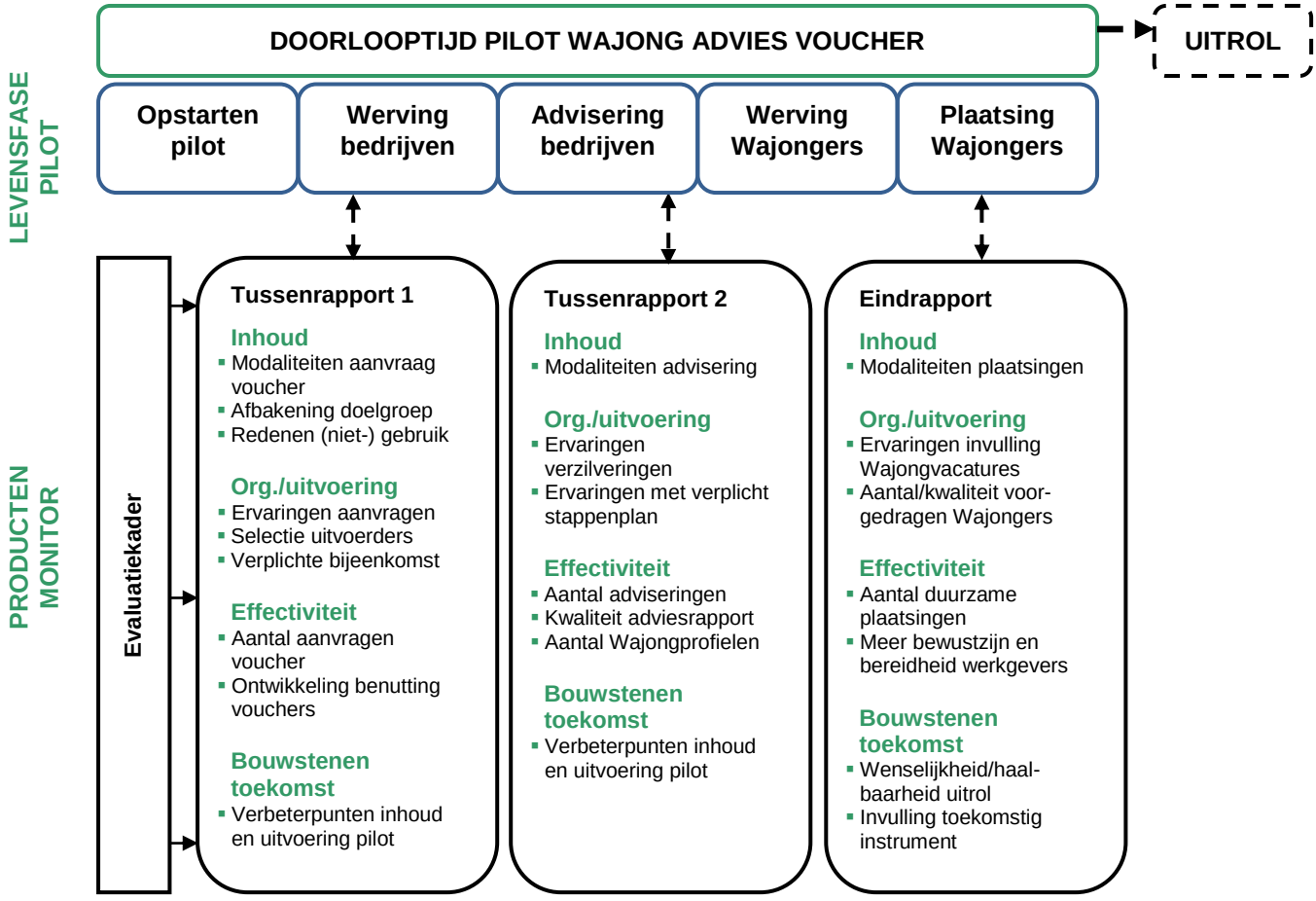
Aanpak van de monitor

In de monitor staat de volgende probleemstelling centraal:

Hoe kunnen enerzijds de inhoud en anderzijds de organisatie en uitvoering van de Pilot Wajong Advies Voucher worden beoordeeld, wat is de effectiviteit van dit instrument en wat zijn belangrijke bouwstenen voor de toekomst?

De evaluatiesystematiek die voor de monitor wordt gebruikt is in figuur 1.1 schematisch weergegeven.

Figuur 1.1 Samenhang levenscyclus pilot en producten van de monitor



Uit figuur 1.1 wordt duidelijk dat de aanpak heeft bestaan uit drie meetmomenten. Op drie momenten tijdens de pilot zijn de verschillende aspecten uit de probleemstelling getoetst. Bij elk van de metingen is in het bijzonder ingegaan op een specifieke fase van de pilot. In de eerste meting is ingezoomd op de fase van de werving/aanmelding van gebruikers van de voucher. De tweede meting richtte zich op de fase van de advisering van de gebruikers (de uitvoering van het Wajong Adviestraject). De derde meting richtte zich op de fase van de werving en de plaatsing van Wajongers. Hoewel het werven en plaatsen

van Wajongers officieel gezien geen onderdeel uitmaakt van de Wajong Adviesvoucher, wordt deze fase in de monitor wel meegenomen. Op basis van de informatie uit deze fase kan voor een belangrijk deel de mate van effectiviteit van de voucher worden bepaald.

Deze driedeling in de aanpak is echter niet heel strikt gehanteerd. Al bij de eerste meting bleek namelijk dat een deel van de respondenten het gehele onderzoekstraject al had afgerond. Deze respondenten zijn gelijk bij de eerste meting dan ook al over het gehele traject bevraagd. Zo kon op die manier al bij de eerste meting (werving/aanmelding) een eerste blik worden verkregen op de uitkomsten van de volgende fasen van het traject (het verloop van het adviestraject, werving et cetera).

Aanpak van de derde meting

Dit rapport is het eindrapport van het onderzoek. De uitkomsten van de derde meting zijn samengevoegd met de gegevens uit de eerdere metingen. Op basis daarvan is een totaalbeeld gecreëerd en kunnen eindconclusies worden getrokken. Bij de derde meting is in principe dezelfde groep gebruikers en re-integratiebedrijven geraadpleegd als bij de eerdere metingen. Echter, een deel van de gebruikers had bij de vorige meting al aangegeven dat ze geen gebruik hebben gemaakt van de voucher die ze toegewezen hebben gekregen. Anderen hadden het adviestraject wel doorlopen, maar hadden besloten er geen vervolg aan te geven (geen Wajonger aan te nemen). Omdat beide groepen geen vragen zouden kunnen beantwoorden over de fase van werving en plaatsing van Wajongers zijn deze groepen in de laatste meting niet opnieuw geraadpleegd.

Voor de raadpleging van de partijen in deze meting zijn nieuwe vragenlijsten opgesteld. In lijn met de andere metingen heeft de raadpleging van zowel de gebruikers van de voucher als de re-integratiebedrijven plaatsgevonden in de vorm van telefonische interviews.

Naast de re-integratiebedrijven en de gebruikers van de voucher zijn in deze laatste meting ook de Wajongers als aparte onderzoeksgroep geraadpleegd. De raadpleging heeft plaatsgevonden middels schriftelijke enquêtes. Deze Wajongers – die werk hebben gevonden op een functie die met de Wajongvoucher is gecreëerd – konden wij onder andere vanwege de privacy alleen indirect (via de werkgever of de re-integratiebedrijven) benaderen. De geraadpleegde werkgevers die een Wajonger hebben aangenomen hebben wij een pakketje – met een schriftelijke vragenlijst en een antwoordenvelop – aangereikt die zij zouden overhandigen aan ‘hun’ Wajonger.

De re-integratiebedrijven hebben dergelijke pakketjes ontvangen voor de Wajongers die zij hebben geplaatst op een functie die vanuit de Wajongvoucher is ontstaan. Zij hebben deze pakketjes – voor zover mogelijk – uitgezet via de jobcoaches. Het idee erachter was dat de respons zou kunnen worden verhoogd wanneer de jobcoach de Wajonger stimuleert om de vragenlijst in te vullen en hem of haar daarbij indien wenselijk begeleid.

1.3 Steekproeftrekking en respons

In het onderstaande behandelen we de respons voor de verschillende doelgroepen die zijn geraadpleegd.

Gebruikers van de voucher

De raadpleging van de gebruikers heeft plaatsgevonden onder 80 bedrijven die de voucher als eerste (dus geheel aan het begin van de pilotperiode) hebben aangevraagd en toegewezen hebben gekregen. Deze groep hebben we gedurende de drie meetmomenten tijdens de pilot gevolgd.

Tabel 1.1 Respons onder gebruikers van de voucher

Aspect	Meting 1	Meting 2	Meting 3
Bruto steekproef	124	80	72
- Niet benaderd i.v.m. behalen streefaantal	39	-	-
- Niet benaderd i.v.m. niet gebruiken voucher	-	7	8
- Niet benaderd i.v.m. geen vervolgtraject	-	-	15
Nettosteekproef	85	73	49
- Non-respons	5	1	1
Respons (absoluut)	**80**	**72**	**48**
Respons (relatief)	**94%**	**99%**	**98%**

Tijdens de eerste meting werd duidelijk dat 7 van de 80 werkgevers na toekenning van de voucher besloten hebben om geen gebruik van de voucher te maken. Deze bedrijven zijn daarom in de tweede meting niet meegenomen. Van de gebruikers die wel benaderd zijn wilde één werkgever niet meewerken. In totaal zijn in de tweede meting dan ook 72 bedrijven geraadpleegd. In de derde meting zijn van deze 72 bedrijven in totaal 49 bedrijven meegenomen. De overige 23 bedrijven zijn niet meer benaderd omdat ze de voucher uiteindelijk niet hebben gebruikt (8 bedrijven) of omdat ze na afronding van het traject besloten hebben geen vervolgtraject (werving en plaatsing Wajonger) te starten (15 bedrijven). Eén bedrijf heeft niet meegewerkt aan de laatste meting. Dit bedrijf was in zijn oorspronkelijke vorm failliet gegaan en was opgegaan in een andere organisatie. In deze organisatie was verder niemand meer actief die iets van de Wajongvoucher afwist.

Re-integratiebedrijven

Ook bij de re-integratiebedrijven hebben we gedurende de drie metingen dezelfde groep gevolgd. In de eerste meting ging het om 20 van de in totaal 22 re-integratiebedrijven die bij de voucher betrokken zijn geweest. Bij de tweede en derde meting zijn we uiteindelijk uitgekomen op 18 respondenten. Eén organisatie is op verzoek van de opdrachtgever buiten de raadpleging gelaten. Een andere organisatie is wel door ons benaderd. Echter, doordat de enige persoon die zich binnen deze organisatie met de Wajong Adviesvoucher bezighield er niet meer werkzaam was, bleek het niet zinvol om deze organisatie in het onderzoek te betrekken.

Tabel 1.2 Respons onder re-integratiebedrijven

Aspect	Meting 1	Meting 2	Meting 3
Bruto steekproef	22	20	18
- Niet benaderd i.v.m. behalen streefaantal	2	-	-
- Niet benaderd op verzoek van ministerie	-	1	-
Nettosteekproef	20	19	18
- Non-respons/deelname niet zinvol	0	1	0
Respons (absoluut)	**20**	**18**	**18**
Respons (relatief)	**100%**	**95%**	**100%**

Wajongers

Zoals aangegeven hebben we de Wajongers indirect – via hun werkgevers of het re-integratiebedrijf – benaderd. In totaal hebben we op die manier 98 vragenlijsten uitgezet. Van deze vragenlijsten hebben we er uiteindelijk 24 teruggekregen. Dat is een respons van 24%.

1.4 Leeswijzer

De rest van het rapport is als volgt opgebouwd. In hoofdstuk 2 gaan we in op de effectiviteit van de pilot. We kijken daarbij naar de kwantitatieve en kwalitatieve resultaten die de pilot tot nu toe heeft opgeleverd. De meningen van de verschillende betrokken partijen over de inhoud van het instrument van de Wajong Adviesvoucher komen aan bod in hoofdstuk 3. Hoofdstuk 4 behandelt de ervaringen met de organisatie en de uitvoeringsaspecten van het adviestraject van de Wajong Adviesvoucher. In hoofdstuk 5 staan we stil bij de ervaringen met de werving en plaatsing van Wajongers op Wajongfuncties. We sluiten het rapport in hoofdstuk 6 af met samenvattende conclusies en aanbevelingen.

2. EFFECTIVITEIT

2.1 Inleiding

De evaluatie heeft onder meer tot doel om inzicht te geven in de effectiviteit van de Wajong Adviesvoucher. Daarbij kan een onderscheid worden gemaakt naar kwantitatieve effecten en kwalitatieve effecten. In dit hoofdstuk wordt voor beide typen effecten in beeld gebracht wat de behaalde resultaten zijn. Daarbij staan we in paragraaf 2.2 stil bij de kwantitatieve effecten. In paragraaf 2.3 gaan we in op de kwalitatieve effecten.

2.2 Kwantitatieve effecten van de Wajong Adviesvoucher

Een eerste type effect betreft de kwantitatieve effecten. Het gaat daarbij om de volgende effecten:

Kwantitatieve effecten

- Aantal verstrekte Wajong Adviesvouchers
- Aandeel gebruikte Wajong Adviesvouchers (aantal adviestrajecten)
- Aandeel vouchers dat heeft geleid tot één of meerdere Wajongprofielen
- Aandeel vouchers waarbij de werkgever bereid is Wajongprofielen in te vullen
- Aandeel succesvolle matches/succesvolle plaatsingen

De eerste drie genoemde effecten zijn te behalen binnen het officiële Wajong-vouchertraject. Dit traject begint met het aanvragen van de voucher, gaat vervolgens over tot het starten en doorlopen van een adviestraject en stopt bij het opleveren van een adviesrapport. De andere twee effecten hebben betrekking op het vervolgtraject, namelijk de werving en plaatsing van Wajongers. De werving en plaatsing maken – bewust – geen onderdeel uit van het vouchertraject. Dit is gedaan om de vrijblijvendheid van het instrument voor de gebruiker te garanderen. De resultaten die op dit punt worden behaald geven echter wel zicht op de effectiviteit van de Wajong Adviesvoucher. Het uiteindelijke doel van de voucher is immers dat meer Wajongers een passende functie vinden op de arbeidsmarkt.

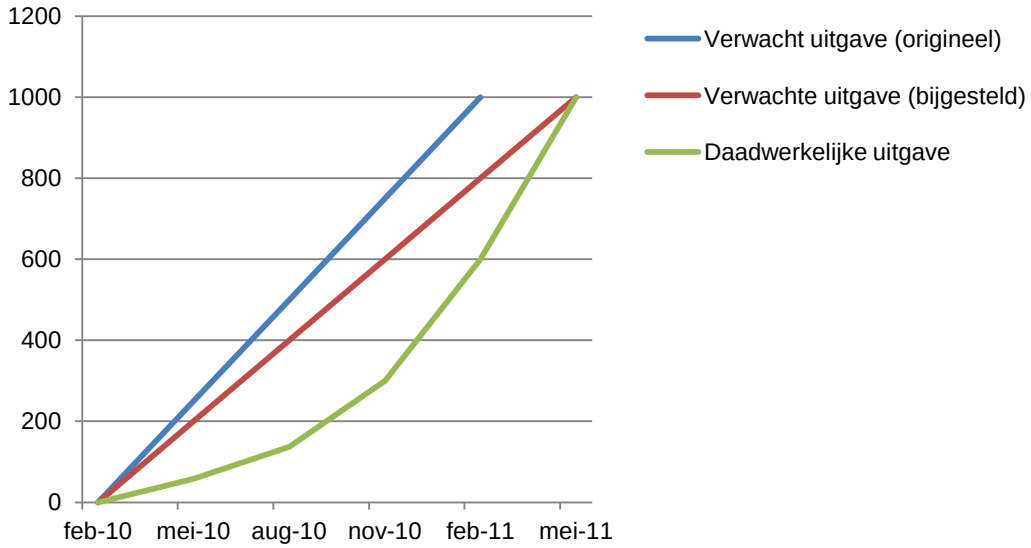
De genoemde kwantitatieve effecten worden in het onderstaande één voor één behandeld.

Aantal verstrekte Wajong Adviesvouchers

Het ministerie van SZW had voor de Pilot Wajong Advies Voucher 1.000 vouchers te beschikking gesteld. Na afloop van de pilotperiode blijkt dat ook daadwerkelijk alle 1.000 vouchers zijn uitgegeven. Bij de sluiting van de aanvraagtermijn (29 april 2011) bleken in totaal 1.544 aanvragen te zijn ingediend. Toekenning van de aanvragen vond plaats op volgorde van binnenkomst. Een deel van deze aanvragen is afgekeurd omdat de aanvragen niet aan de juiste eisen voldeden. Een ander deel van de aanvragen is afgewezen omdat het totaal van 1.000 uitgegeven vouchers al was bereikt.

Op het punt van het aantal uitgegeven Wajong Adviesvouchers is de pilot dus geslaagd. Om aan voldoende deelname te komen is het echter wel noodzakelijk gebleken om de pilotperiode te verlengen. Uit eerdere metingen is al naar voren gekomen dat het aantal aanvragen in de eerste maanden van de pilot sterk achterbleef bij de verwachte uitgave (zie figuur 2.1). In het figuur is het totaal aantal uitgegeven Wajong Adviesvouchers aangegeven. Dit aantal is afgezet tegen de verwachte ontwikkeling van de uitgave van de vouchers.

Figuur 2.1 Verwachte en daadwerkelijke ontwikkeling van de uitgave van Wajong Adviesvouchers



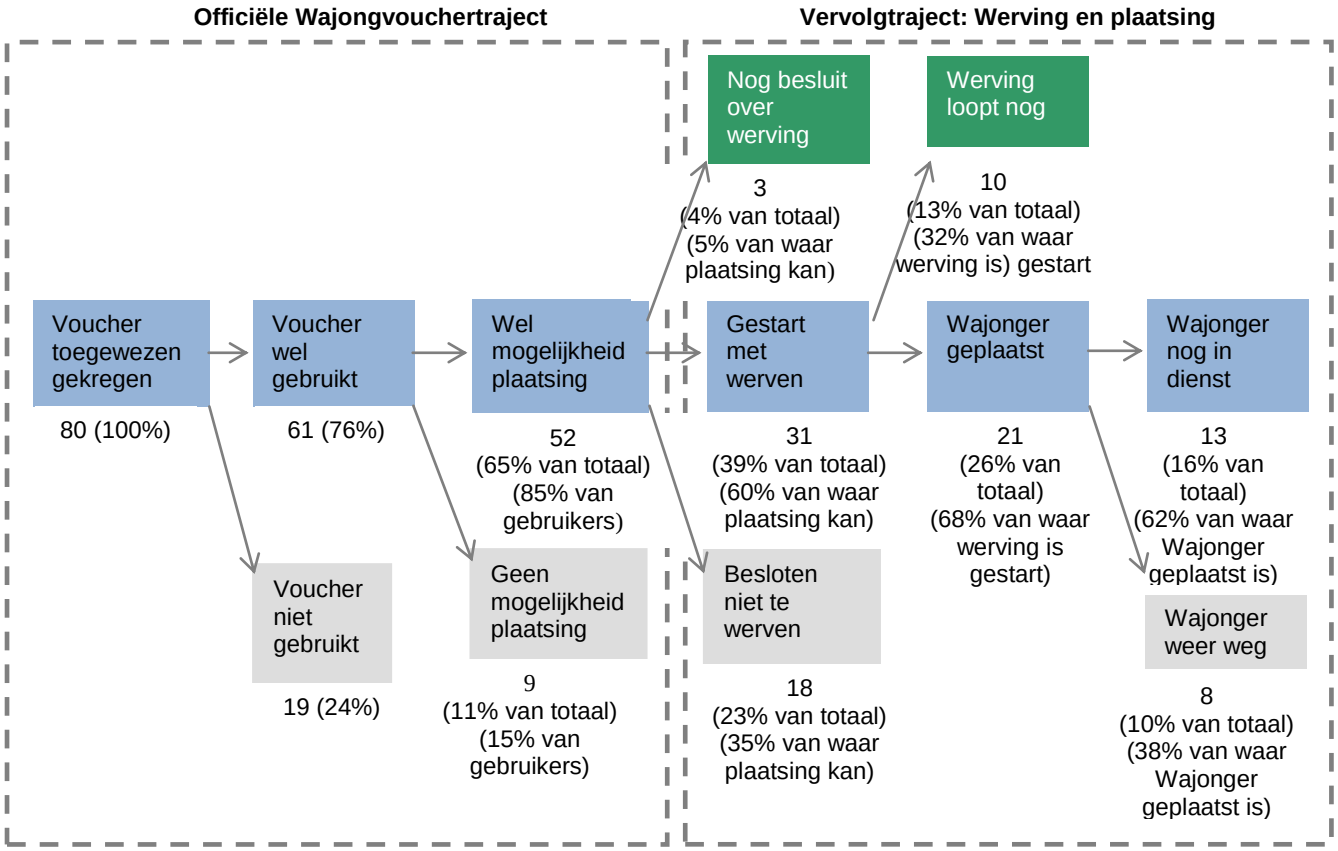
Bron: *Agentschap NL, 2011*

Rond de oorspronkelijke sluitingsdatum (15 februari 2011) was pas ruim de helft van de beschikbare vouchers uitgegeven. De periode is daarna verlengd tot 29 april 2011. Dit is een goede beslissing gebleken. Vanaf het naderen van oude deadline (februari) is het aantal aanvragen sterk gestegen en aan het eind van de pilotperiode kon het aantal van 1.000 uitgegeven vouchers worden bereikt.

Aandeel gebruikte Wajong Adviesvouchers

Om een uitspraak te kunnen doen over de effectiviteit van de voucher is het belangrijk om te zien wat er uiteindelijk met de voucher in bedrijven is gebeurd. Voor de 80 in dit onderzoek geraadpleegde gebruikers van de voucher hebben we dit kunnen nagaan. Dit is weergegeven in figuur 2.2.

Figuur 2.2 Uitkomsten van de Wajongtrajecten (ten tijde van de derde meting augustus 2011)



Het 'groene traject' – van 'voucher toegewezen gekregen' tot 'Wajonger nog steeds in dienst' – geeft de optimale, meest wenselijke weg weer die met een voucher kan worden afgelegd. De grijze vlakken geven aan dat het traject van de Wajongvoucher in een vroeger of later stadium is vastgelopen. Bij de groen gestreepte vlakken gaat het om trajecten waarvan het vervolgtraject nog niet volledig is afgerond en waarvan de uiteindelijke uitkomst nog niet bekend is.

Het figuur laat zien dat 76% van de uitgegeven vouchers ook daadwerkelijk is gebruikt. Er is door de aanvrager een opdracht gegeven tot het starten van een traject. Dit betekent echter ook dat bij 24% van de vouchers het traject al direct na de eerste stap is vastgelopen. Deze vouchers zijn dus in het geheel niet benut en hebben daarom ook geen enkel resultaat opgeleverd. De genoemde redenen hiervoor zijn divers. Werkgevers konden de voucher – door omstandigheden zoals ziekte – niet binnen de genoemde termijn inzetten. Zij hebben niet geprobeerd om verlenging te krijgen. Andere werkgevers hebben bij nader inzien toch besloten dat ze geen Wajongers zouden willen/kunnen plaatsen. In enkele gevallen betreft het hier werkgevers bij wie het re-integratiebedrijf het voortouw heeft genomen om de voucher aan te vragen zonder dat de ondernemer op dat moment goed voor ogen had waarvoor en hoe de voucher kon worden ingezet. Ook is enkele keren genoemd dat ze de voucher niet meer konden inzetten bij het re-integratiebedrijf wat hen op de voucher heeft gewezen. Ze zijn daardoor geen adviestraject gestart.

Of het percentage van 76% gebruik ook geldt voor de totale groep van 1.000 vouchers is nog niet duidelijk en is ook moeilijk na te gaan. Een belangrijk deel van de vouchertrajecten loopt nog of kan nog van start gaan. De verzilvering van de vouchers kan nog zeker tot januari plaatsvinden.

Aandeel vouchers dat heeft geleid tot Wajongprofiel(en)

Figuur 2.2 laat zien dat bij 52 vouchers (65% van het totaal aantal geraadpleegde vouchergebruikers) mogelijkheden zijn gevonden voor het plaatsen van Wajongers. Dit percentage zou nog hoger zijn wanneer het aantal vouchergebruikers met plaatsingsmogelijkheden zou worden afgezet tegen uitsluitend het aantal vouchers dat daadwerkelijk is gebruikt, (namelijk 61). Dit maakt duidelijk dat met het voucherinstrument en de daarbij gebruikt methode van het jobcarven in 85% van de bedrijven plaatsingsmogelijkheden kunnen worden blootgelegd die voorheen nog niet bekend waren. Het blijkt daarmee een effectief instrument en het laat zien dat het Nederlandse bedrijfsleven veel meer arbeidsmarktmogelijkheden biedt voor Wajongers dan tot op heden bekend was.

Daarbij moet overigens wel worden opgemerkt dat een deel van de re-integratiebedrijven een soort voorselectie van bedrijven hebben gemaakt. In bedrijven waarvan op voorhand duidelijk was dat er geen plaatsingsmogelijkheden gevonden zouden kunnen worden hebben zij geen trajecten gestart.

Niet bij alle gebruikers waar plaatsingsmogelijkheden zijn gevonden is ook daadwerkelijk een Wajongprofiel opgesteld. Een deel van de re-integratiebedrijven heeft namelijk geen profielen opgesteld als de werkgever nog niet bereid was om ook daadwerkelijk op korte termijn een Wajonger te plaatsen (bijvoorbeeld omdat het economisch niet zo goed gaat). Zij zijn van mening dat het pas zinvol is om een goed profiel op te stellen op het moment dat de werkgever er wel klaar voor is. De situatie in een bedrijf kan tegen die tijd zo veranderd zijn dat opnieuw gekeken moet worden naar de mogelijkheden. Uiteindelijk zijn bij 47 bedrijven in totaal 101 Wajongprofielen opgesteld.

Bij andere gebruikers zijn er geen functieprofielen voor Wajongers naar voren gekomen. De belangrijkste verklaringen die worden genoemd zijn dat de bedrijven te klein zijn (er kunnen onvoldoende taken worden afgesplitst), de werkzaamheden te complex zijn of dat de bedrijfscultuur niet voldoende ‘open’ staat voor een Wajonger. Het traject is dus hier voor 11% van de vouchergebruikers gestopt. De inspanningen zijn echter niet geheel voor niets geweest. Er heeft daadwerkelijk een adviestraject plaatsgevonden en het gebruik van de voucher heeft nieuwe inzichten en ervaringen opgeleverd.

Aandeel van de gebruikers dat met werven is gestart

Van de geraadpleegde gebruikers heeft 39% na afronding van het Wajongadviestraject besloten actief in te zetten op het vervolgtraject. Zij zijn gestart met het zoeken naar een passende kandidaat voor het opgestelde Wajongprofiel. Wanneer het aantal gebruikers wordt afgezet tegen alleen het aantal gebruikers waar ook daadwerkelijk mogelijkheden zijn gevonden voor het plaatsen van een Wajonger, dan blijkt dat 60% deze belangrijke stap naar het vervolgtraject zet.

Bij 23% van de bedrijven zijn er wel mogelijkheden geconstateerd, maar heeft de werkgever besloten om (voorlopig) toch geen Wajonger te plaatsen. De reden hiervoor ligt meestal in de slechte economische situatie van het moment. Ze willen niet iemand aannemen terwijl de vooruitzichten onzeker zijn of er al te weinig werk is voor het zittende personeel. Hoewel het traject hier 'vastloopt' heeft het traject volgens de re-integratiebedrijven wel een belangrijke winst opgeleverd voor deze bedrijven. Ze hebben met het adviesrapport een duidelijk en concreet profiel in handen aan de hand waarvan ze later alsnog een kandidaat kunnen gaan zoeken wanneer ze besluiten wel een Wajonger in dienst te nemen.

Een deel van de werkgevers denkt nog na over het al of niet op zoek te gaan naar een Wajonger. Het zijn veelal organisaties waar het adviestraject nog maar net is afgerond en werkgevers de uitkomsten van het adviestraject intern nog moeten bekijken/bespreken.

Aandeel van de gebruikers dat een Wajonger heeft geplaatst

Bij ruim een kwart van de gebruikers (26%) heeft de Wajong Adviesvoucher ertoe geleid dat ze een Wajonger hebben geplaatst op een functie. In totaal gaat het om 31 Wajongers.

Aandeel van de gebruikers waar Wajonger nog steeds in dienst is

Bij het grootste deel van de bedrijven die een Wajonger in dienst hebben genomen werkt de Wajonger op het moment van onderzoek er nog steeds. In een enkel geval is de Wajonger die oorspronkelijk op de functie was aangenomen alweer weg uit de organisatie maar heeft de organisatie besloten om de vacature weer op te vullen. Als we dit aantal afzetten tegen het totaal aantal vouchers dat we hier onder de loep hebben genomen (80), blijkt dat 16% heeft geleid tot de meest wenselijke uitkomst, namelijk het creëren van een functie voor en het plaatsen van een Wajonger.

Wanneer de resultaten van deze eerste 80 worden vertaald naar het totaal van 1.000 uitgegeven vouchers, dan zou dat betekenen dat erbij 160 bedrijven een Wajonger zou zijn aangenomen. Dit is niet meer dan een voorzichtige schatting. De eerste groep van 80 gebruikers is immers mogelijk niet zomaar één op één te vergelijken met de latere gebruikers. Zo weten we bijvoorbeeld dat er in de loop van de pilotperiode (iets) meer grote bedrijven deel hebben genomen aan de pilot. De ervaring van veel re-integratiebedrijven leert dat in grotere bedrijven over het algemeen meer kansen bestaan voor het creëren van een Wajongprofiel dan in kleinere organisaties.

Naast het feit *dat* er een Wajonger geplaatst is, is het ook belangrijk om te weten in hoeverre die plaatsing duurzaam is. Van een duurzame plaatsing is – volgens de definitie die het ministerie van SZW hanteert – sprake wanneer de Wajonger langer dan zes maanden aan het werk is. Hoe duurzaam de plaatsing is is – zo kort na afloop van de pilotperiode – moeilijk te zeggen. Uit figuur 2.2 blijkt al dat in een deel van de bedrijven de Wajonger inmiddels al weer uit dienst is. Hier is van een duurzame plaatsing geen sprake. Alle werkgevers bij wie nog een Wajonger actief is zeggen dat zij de Wajonger in principe ook op wat langere termijn werk willen blijven bieden. Een aantal heeft de Wajonger inmiddels ook een jaarcontract gegeven. Wel geven verschillende gebruikers

aan dat de Wajonger nog maar net is begonnen en nog in de proeftijd zit. Het hangt er dus vanaf hoe de Wajonger in de komende tijd gaat presteren. Als dat goed bevalt dan zullen ook zij hun werk kunnen behouden, tenminste als er tegen die tijd nog voldoende werk is. .

Zoals gezegd is de plaatsing bij een deel van de organisaties niet duurzaam geweest. Bij 10% van de gebruikers is een Wajonger aangesteld, maar deze Wajonger is – om bepaalde redenen – echter al weer weg uit de organisatie. De werkgever heeft in deze gevallen besloten om de functie (voorlopig) niet opnieuw door een Wajonger te laten vervullen. Ze hebben negatieve ervaringen met de Wajonger opgedaan (diefstal, conflicten, slecht presteren, de Wajonger is uit zichzelf opgestapt et cetera) of de bedrijfssituatie is zodanig veranderd (crisis, faillissement, overname) dat er geen ruimte meer is voor een Wajonger. Hoewel het traject in eerste instantie succesvol leek heeft het uiteindelijk toch niet het gewenste resultaat – namelijk de plaatsing van een Wajonger – opgeleverd. In totaal ging het om 9 Wajongers die in eerste instantie geplaatst waren maar nu alweer weg zijn.

2.3 Kwalitatieve effecten van de Wajong Adviesvoucher

Het opstellen van Wajongprofielen en het in dienst nemen van Wajongers zijn de belangrijkste effecten die met de Wajongvouchers worden beoogd. Daarnaast hoopte het ministerie met de voucher ook enkele andere effecten te bereiken, zoals het vergroten van de kennis omtrent Wajongers en het realiseren van een mentaliteitsverandering ten opzichte van Wajongers. Dergelijke kwalitatieve effecten die we in deze meting hebben gemeten zijn:

Kwalitatieve effecten

- Wegnemen van weerstanden en belemmeringen aannemen Wajonger
- Meer inzicht in plaatsingsmogelijkheden Wajongers in organisatie
- Meer bewustzijn dat Wajongers waardevolle medewerkers kunnen zijn
- Meer bereidheid bij management voor plaatsing Wajongers
- Meer draagvlak bij werknemers voor plaatsing Wajongers

Volgens 18% van de geraadpleegde gebruikers heeft het Wajong Adviestraject er daadwerkelijk voor gezorgd dat weerstanden of belemmeringen zijn weggenomen die het aannemen van een Wajonger als medewerker voorheen in de weg stonden. De belemmeringen zaten vooral in de onbekendheid met de Wajong en met Wajongers.

Tegelijkertijd zegt dus 82% van de gebruikers dat er vooraf echter geen specifieke belemmeringen waren die het aannemen van Wajongers in de weg stonden. De Wajongvoucher lijkt daarmee vooral opgepakt te zijn door mensen die toch al positief stonden tegenover het aannemen van mensen met een arbeidsbeperking. De bedrijven hadden al ervaring opgedaan met Wajongers, de aanvragers kenden in hun privésfeer al mensen met een Wajonguitkering of vonden dat Wajongers een kans op de arbeidsmarkt verdienen.

De re-integratiebedrijven herkennen dit beeld veelal wel. Wanneer mensen de voucher aanvragen staan ze eigenlijk altijd al positief tegenover Wajongers. Mensen die echt sceptisch staan tegenover deze groep en waarbij een echte mentaliteitsverandering nodig is nemen de stap van het aanvragen van een voucher niet. Toch neemt het volgens 88% van de re-integratiebedrijven (N=16) niet weg dat de Wajongvoucher wel degelijk belemmering en weerstanden vermindert bij bedrijven om ook daadwerkelijk iemand aan te nemen. Bedrijven hebben toch vaak een positiever beeld gekregen van wat een Wajonger kan en welke voordelen het aannemen van een Wajonger voor de organisatie kan hebben.

De Wajongvoucher heeft de Wajongers dus beter en op een meer positieve manier op de kaart gezet bij bedrijven. Dat blijkt ook uit de raadpleging van de gebruikers.

Tabel 2.1 Mate waarin gebruikers de genoemde effecten hebben ervaren als gevolg van het Wajong Adviestraject

Effect	Totaal (N=61)
Meer inzicht in de plaatsingsmogelijkheden van Wajongers in de organisatie	80%
Meer bewustzijn dat Wajongers waardevolle werknemers kunnen zijn	56%
Meer bereidheid bij management voor plaatsing Wajongers in de organisatie	38%
Meer draagvlak bij werknemers voor plaatsing Wajongers in de organisatie	31%

De tabel laat zien dat de Wajongvoucher over het algemeen heeft gezorgd voor een toename van kennis en bewustzijn bij bedrijven wat betreft de Wajongers. Ook heeft het bij een deel van de bedrijven gezorgd voor meer draagvlak voor plaatsing van een Wajonger bij het management en de werknemers.

Tot slot is nog gekeken naar enkele mogelijke positieve bij-effecten van de voucher. Dit waren niet zozeer kerndoelen van de voucher, maar meer effecten die een meerwaarde kunnen hebben voor de bedrijven die er gebruik van maken. Deze bijeffecten zijn opgenomen in onderstaande tabel.

Tabel 2.2 Mate waarin gebruikers (met een afgerond adviestraject) de genoemde effecten hebben ervaren als gevolg van het Wajong Adviestraject

Effect	Totaal (N=61)
Meer inzicht in de werkprocessen in de organisatie	23%
Meer zicht op de dienstverlening van re-integratiebedrijven	57%
Meer gebruik van dienstverlening van re-integratiebedrijven	36%

3. INHOUD VOUCHERINSTRUMENT

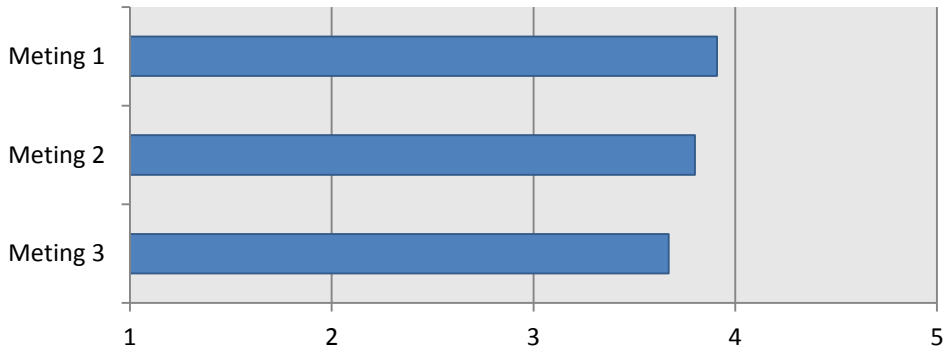
3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk hebben we de informatie samengevoegd die we in de drie metingen hebben verzameld over wat de betrokken partijen vinden van de Wajong Adviesvoucher. Op die manier kunnen we een totaalbeeld schetsen van het oordeel over de inhoud van het instrument. In paragraaf 3.2 brengen we in beeld hoe de re-integratiebedrijven en de gebruikers in het algemeen oordelen over de Wajong Adviesvoucher als instrument en wat de sterke en minder sterke punten zijn. In paragraaf 3.3 wordt nader ingegaan op de methode van jobcarving die door de re-integratiebedrijven wordt gehanteerd.

3.2 Algemeen oordeel over de Wajong Adviesvoucher

In elke meting is gevraagd aan de gebruikers wat zij in het algemeen vinden van de Wajong Adviesvoucher als instrument. Hun mening is weergegeven in onderstaande figuur.

Figuur 3.1 Algemeen oordeel over de Wajong Adviesvoucher, volgens de gebruikers

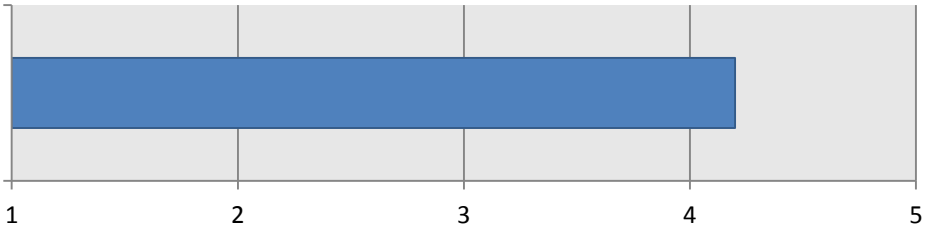


Legenda:
5 = zeer goed
4 = goed
3 = neutraal
2 = slecht
1 = zeer slecht

De gebruikers zijn over het algemeen redelijk goed te spreken over het instrument van de Wajong Adviesvoucher. De meesten van hen hebben gedurende de pilotperiode de verschillende fasen van het adviestraject doorlopen en zo hebben de verschillende aspecten van het instrument goed kunnen ervaren. Wel valt op dat de positiviteit over het instrument in de loop van de pilot iets is teruggelopen. Dit wordt veroorzaakt door het feit dat gebruikers wat teleurgesteld zijn in het natraject. Van de gebruikers die in de derde meting een oordeel hebben gegeven geeft 18% aan dat het vervolgtraject erg moeizaam verloopt. Zij hebben heel lang moeten wachten voordat een kandidaat werd voorgedragen of wachten daar nog steeds op.

De re-integratiebedrijven zijn wat meer uitgesproken positief over de voucher (zie figuur 3.2).

Figuur 3.2 Algemeen oordeel over de Wajong Adviesvoucher, volgens de re-integratiebedrijven



Legenda: 5 = zeer goed
4 = goed
3 = neutraal
2 = slecht
1 = zeer slecht

De re-integratiebedrijven vinden de voucher in theorie een mooi instrument met veel potentie om passend werk te vinden voor Wajongers en om de bekendheid met en de kennis van de Wajong(ers) bij werkgevers te vergroten. Wel gaven ze al bij de eerste meting als belangrijk knelpunt aan dat dit in theorie mooie instrument in de praktijk lastig inzetbaar bleek. Het was vooral moeilijk om bedrijven voor het gebruik van de voucher te enthousiasmeren. Het instrument voorziet namelijk niet in een concrete vraag die bij werkgevers leeft. De vraag moest gecreëerd worden en dat bleek erg lastig, zeker van vanwege de beperkte bekendheid van het instrument (zie paragraaf 3.2) en de economische recessie waar bedrijven mee te maken hebben. Hoewel in de loop van de pilot het aantal voucheraanvragen is gestegen is het volgens nagenoeg alle re-integratiebedrijven de gehele periode lastig gebleven om bedrijven voor deelname aan de voucher te enthousiasmeren.

Ondanks de problemen rond de werving[2] van deelnemers zijn de re-integratiebedrijven over het algemeen goed te spreken over het instrument en hebben ze (bij de raadpleging in de tweede meting) verschillende sterke kanten van de voucher benoemd. Deze staan weergegeven in onderstaande tabel. In de tabel zijn ook de meningen van de gebruikers opgenomen wat betreft de sterke punten van het instrument.

[2] De ervaringen met de werving en bekendheid komen uitgebreid aan bod in hoofdstuk 3.

Tabel 3.1 Positieve kenmerken van de Wajong Adviesvoucher, volgens de gebruikers en de re-integratiebedrijven

Positieve kenmerken	Gebruikers (N=72)	Re-integratiebedrijven (N=18)
Mogelijkheid voor bedrijven om te onderzoeken wat ze met Wajongers kunnen	52%	44%
Meer mogelijkheden op arbeidsmarkt creëren voor Wajongers	33%	28%
Meer aandacht voor Wajongers (werkgevers bewust maken van bestaan en mogelijkheden van deze groep)	29%	33%
Haalt belemmeringen weg voor werkgevers die wel 'iets' met Wajongers zouden willen	6%	7%
Vrijblijvend en gratis karakter	4%	28%
Uitgebreide bedrijfsanalyse	8%	17%
Goed instrument om bedrijven 'binnen' te komen	0%	22%
Weet niet	4%	0%

Respondenten konden meerdere antwoorden geven. De percentages tellen daarom niet op tot 100%.

Zowel de werkgevers als de re-integratiebedrijven vinden het positief dat werkgevers met de voucher de mogelijkheid krijgen om te laten onderzoeken waar ze eventueel Wajongers in hun organisaties zouden kunnen plaatsen. Tevens wordt er vanuit beide groepen op het voordeel gewezen dat dankzij de voucher meer mogelijkheden op de arbeidsmarkt kunnen worden gecreëerd voor Wajongers. Werkgevers worden ook meer bewust gemaakt van het bestaan van de Wajongers als potentiële groep werknemers en krijgen beter inzicht wat de Wajongers over het algemeen kunnen bijdragen in een organisatie. De re-integratiebedrijven waarderen het instrument daarnaast om zijn vrijblijvende en gratis karakter. Mede daardoor is het een instrument waarmee de deuren bij ondernemers makkelijker kunnen worden geopend. Ze komen bij bedrijven sneller aan tafel dan wanneer ze bijvoorbeeld al direct met een concrete Wajongkandidaat bij een werkgever aankloppen

Naast de genoemde positieve kenmerken heeft de voucher volgens een deel van de gebruikers en de re-integratiebedrijven echter ook een aantal minder sterke kenmerken (zie tabel 3.2).

Tabel 3.2 Zwakke punten van de Wajong Adviesvoucher, volgens de gebruikers en de re-integratiebedrijven

Zwakke punten	Gebruikers (N=72)	Re-integratiebedrijven (N=18)
Te duur instrument	14%	6%
Geen garantie voor vervolgtraject	14%	0%
Te uitgebreide analyse	2%	17%
Te veel bureaucratie/'rompslomp'	8%	11%
Te weinig richtlijnen (re-integratiebedrijven krijgen teveel vrijheid)	6%	6%
Wijze van uitvoering door re-integratiebedrijf	3%	0%
Te algemene Wajongprofielen	0%	0%
Geen zwakke punten	42%	28%
Onbekendheid van het instrument	0%	33%
Weet niet	11%	0%

De gebruikers uiten vooral als kritiek dat het instrument te duur zou zijn. Ze vinden €2.500,- euro te veel geld voor het adviestraject dat in hun organisatie is doorlopen. Het zijn vooral hele kleine bedrijven – waar de situatie snel en redelijk eenvoudig in kaart te brengen was – die dit punt hebben genoemd. Ze hebben het idee dat de re-integratiebedrijven dit werk ook zonder de voucher zouden hebben gedaan, vanuit hun taak om een geschikte plek voor hun Wajongklanten te vinden.

Eén re-integratiebedrijf is het met deze gebruikers eens en heeft dit punt ook naar voren gebracht. Het instrument is volgens dit re-integratiebedrijf niet alleen te duur, maar zou ook fraude of misbruik in de hand kunnen werken. Re-integratiebedrijven zouden dan een Wajongtraject starten, terwijl ze met een korte, snelle analyse van het bedrijf een conclusie zouden kunnen trekken over de mogelijkheden voor het plaatsen van een Wajonger. Dit is ook de reden waarom dit re-integratiebedrijf niet zelf actief aan de slag is gegaan met het 'verkopen' van de Wajongvoucher. Ook hebben ze in bepaalde gevallen een voucher niet verzilverd, omdat ze de gevraagde analyse bij een bedrijf ook zonder het hele officiële traject en zonder de vergoeding konden doen. Het risico op misbruik is echter ook door andere re-integratiebedrijven opgemerkt. Meerdere re-integratiebedrijven geven aan dat ze bewust geen vouchertraject zijn gestart in (en/of geen vouchers hebben verzilverd van) kleine bedrijven waar een uitgebreid vouchertraject overbodig was.

Een ander punt van kritiek van gebruikers op de voucher is – zoals we al eerder zagen – dat de werving geen deel uitmaakt van het vouchertraject. Hierdoor is er geen garantie dat het instrument daadwerkelijk leidt tot een arbeidsplaats voor een Wajonger. Ook kan er niet tijdig worden ingesprongen op de bereidheid en het enthousiasme van werkgevers om een Wajonger te plaatsen. Ze raken teleurgesteld en de kans bestaat dat zij uiteindelijk hun bereidheid om Wajongers aan te nemen kwijtraken.

De kritiek van de re-integratiebedrijven richt zich met name op de grote onbekendheid van het instrument, waardoor het moeilijk is om de voucher aan de man te brengen. Ook

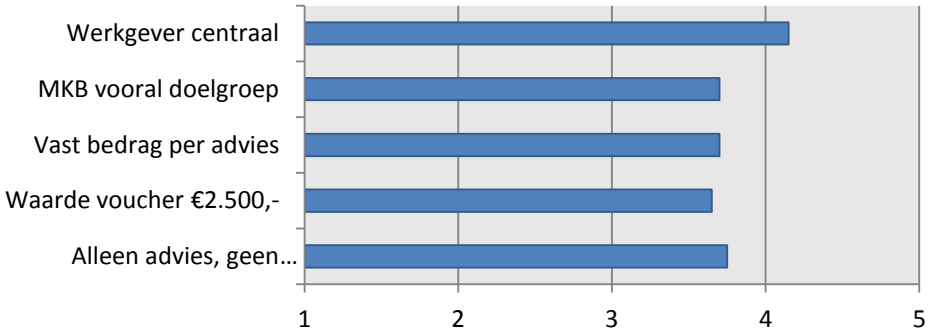
noemen zij het complexe karakter van de analyse, waardoor deze in de praktijk soms moeilijk toepasbaar is, zeker in kleine bedrijven.

Ondanks de genoemde kritische punten zou tweederde van de geraadpleegde gebruikers ook andere organisaties aanraden om de Wajong Adviesvoucher te gebruiken. Een belangrijke reden is volgens hen dat er veel functies voor Wajongers zullen zijn, maar dat werkgevers nog onvoldoende bewust zijn van de mogelijkheden en voordelen van het aannemen van een Wajonger. Andere gebruikers zouden het instrument (nog) niet aanbevelen bij anderen. Een aantal van hen heeft slechte ervaringen met het traject (het heeft niets opgeleverd) of vinden het een te duur instrument. Gebruikers die het traject nog niet helemaal hebben afgerond vinden het nog moeilijk om te bepalen of het een instrument is wat ze aan anderen zouden aanbevelen.

3.3 Oordeel over de modaliteiten van de Wajongvoucher

In de eerste meting kwam al naar voren dat de re-integratiebedrijven – naast de inhoud van de Wajongvoucher – ook goed te spreken zijn over de uitwerking van het instrument. Hun oordeel over de verschillende modaliteiten is in dit rapport nogmaals opgenomen (zie figuur 3.3).

Figuur 3.3 Oordeel over de modaliteiten van de Wajong Adviesvoucher, volgens de re-integratiebedrijven



Legenda: 5 = zeer goed
4 = goed
3 = neutraal
2 = slecht
1 = zeer slecht

De re-integratiebedrijven zijn zeer enthousiast over het feit dat bij deze aanpak een keer niet de Wajonger, maar de wensen en de mogelijkheden van de werkgever centraal staan. In combinatie met het vrijblijvende karakter van de voucher (alleen advies, geen verplichte werving en plaatsing van een Wajonger) maakt dit de voucher tot een aantrekkelijk instrument voor werkgevers.

De re-integratiebedrijven kunnen zich ook goed vinden in de keuze voor het MKB als kerndoelgroep voor de voucher. De ervaring van veel re-integratiebedrijven leert dat

Wajongers vooral bij MKB-bedrijven goed geplaatst kunnen worden. Wel vinden ze het verstandig dat het ministerie van SZW halverwege de pilotperiode heeft besloten om de harde 'MKB-eis' te laten vallen en de regeling ook open te stellen voor niet-MKB-bedrijven die zich melden. Het doel is immers om zoveel mogelijk werkgevers bewust te maken van de mogelijkheden en voordelen voor het plaatsen van een Wajonger.

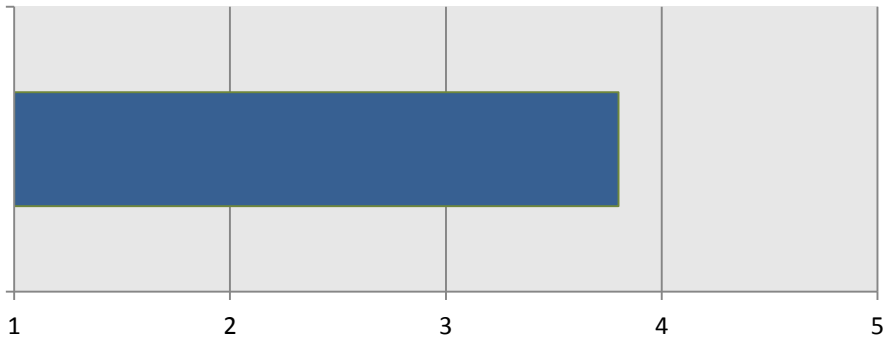
Ook begrijpen ze de keuze voor het bieden van een vaste vergoeding voor het uitvoeren van een Wajongadvies. Een variabel bedrag zou leiden tot te veel administratieve rompslomp. Over de hoogte van het bedrag (€2.500,- per voucher) valt echter wel te twisten. Zoals eerder aangegeven vinden sommigen het bedrag te hoog, zeker bij toepassing van de voucher in kleine organisaties. Anderen vinden het bedrag te laag omdat re-integratiebedrijven veel extra kosten hebben moeten maken voor het werven van kandidaten. Het merendeel van de re-integratiebedrijven ziet het bedrag echter als een goed gemiddelde. Bij kleine bedrijven vallen de gemaakte kosten lager uit dan €2.500,-, maar bij grotere bedrijven moeten ze vaak meer kosten maken om het traject goed af te kunnen wikkelen.

3.4 Toepassing van de methode jobcarving

Ondernemers kunnen de Wajongvoucher inruilen bij een re-integratiebedrijf voor het laten uitvoeren van een Wajongadvies middels een integrale hiërarchische bedrijfsanalyse. De werkwijze wordt ook wel aangeduid als 'jobcarving' en is ontwikkeld in samenwerking tussen het ministerie van SZW en het UWV. Bij jobcarving worden de taken van een functie of van verschillende functies geanalyseerd en worden de meest eenvoudige taken (elementaire taken) eruit gelicht en samengevoegd tot een nieuwe baan. Deze baan kan worden uitgevoerd door mensen met een beperking.

De eerste meting liet al zien dat de re-integratiebedrijven jobcarving over het algemeen zien als een goede methode (zie figuur 3.4).

Figuur 3.4 Oordeel van re-integratiebedrijven over de methode van het jobcarven (N=20)



Legenda: 5 = zeer goed
4 = goed
3 = neutraal
2 = slecht
1 = zeer slecht

De kracht van de methode zit volgens de re-integratiebedrijven vooral in het feit dat bij het jobcarven niet wordt uitgegaan van functies, maar dat gekeken wordt naar activiteiten die geschikt zijn voor Wajongers. Er wordt geen bestaande functie aangepast aan de mogelijkheden van een Wajonger, maar er worden echte Wajongfuncties gecreëerd door middel van het samenvoegen van voor Wajongers passende werkzaamheden. Een ander sterk punt is de brede benadering van jobcarving, aldus de re-integratiebedrijven. Er wordt niet alleen gekeken naar de 'standaard' plaatsen in een organisatie waar Wajongers geplaatst kunnen worden, maar de gehele organisatie (of een groot deel ervan) wordt onder de loep genomen. Een dergelijke brede analyse brengt veel meer mogelijke activiteiten en functies voor Wajongers in beeld.

Naast de sterke punten heeft jobcarving volgens tweederde van de re-integratiebedrijven echter ook een aantal minder sterke kanten. Het belangrijkste commentaar is dat de methode minder goed toepasbaar zou zijn in kleine organisaties. Het uitgebreide en theoretische karakter maakt het tot een zwaar instrument dat veel tijd en energie vraagt van de ondernemers. Bovendien is het volgens re-integratiebedrijven de vraag of een dergelijke uitgebreide methode wel nodig is in kleine organisaties. Deze organisaties zijn overzichtelijk waardoor geschikte functies/activiteiten ook op een eenvoudiger manier kunnen worden gevonden.

De ruime meerderheid van de re-integratiebedrijven (90%) heeft laten weten dat jobcarving als methode niet geheel nieuw voor hen is. Het op het niveau van taken en activiteiten analyseren van mogelijkheden voor het plaatsen van Wajongers gebeurt in de praktijk al veel langer. Methodes die re-integratiebedrijven hanteren – zoals 'werk verdelen' en het 'samenstellen van functies' – kennen voor een groot deel dezelfde uitgangspunten. Wat echter wel nieuw is is dat re-integratiebedrijven met jobcarving zijn gestart met het systematisch en organisatiebreed doorlichten op alle mogelijk samen te stellen functies, zonder dat ze al een specifieke, te plaatsen Wajonger in gedachte hebben.

Als handleiding voor het uitvoeren van de jobcarving heeft het ministerie van SZW een stappenplan ontwikkeld en beschikbaar gesteld. Alle re-integratiebedrijven zeggen het stappenplan als een handige leidraad te gebruiken. Het stappenplan wordt echter niet 'klakkeloos' gevolgd. Vrijwel alle re-integratiebedrijven hebben het stappenplan op basis van eigen ervaringen en deskundigheid aangevuld of aangepast. 'Indikking' is de meest genoemde aanpassing van de methode. Indikking houdt in dat re-integratiebedrijven niet standaard het gehele bedrijf doorlichten, maar dat ze inzoomen op de afdelingen/ plaatsen in een organisatie waar volgens hen de meeste kansen liggen. Dit doen ze veelal op verzoek van de ondernemers, omdat deze een volledig onderzoek te belastend vinden of omdat ze al een idee of wens hebben over de plek in de organisatie waar ze een Wajonger zouden willen of kunnen plaatsen.

Indikking kan ook de vorm aannemen van het samennemen van één of meerdere stappen uit het stappenplan[3]. De ervaring leert hen dat het – zeker in kleine bedrijven – zinvoller kan zijn om tijdens één bezoek zowel de introductie als het werkplekonderzoek

[3] Het stappenplan gaat standaard uit van drie bezoeken aan het deelnemende bedrijf (bezoek 1: introductie, bezoek 2: onderzoek, bezoek 3: bespreken uitkomsten).

te doen. Zo wordt hetzelfde resultaat bereikt en wordt de ondernemer zo min mogelijk belast.

Een andere genoemde aanvulling op het stappenplan is dat re-integratiebedrijven meer specifiek kijken naar benodigde competenties voor een functie. Ze hebben standaard vragenlijsten ontwikkeld om deze competenties gericht te inventariseren. Verder geven re-integratiebedrijven – aanvullend op het stappenplan – vaak ook advies over de praktische kanten van het aannemen van Wajongers (zoals de randvoorwaarden, kosten en baten van het in dienst nemen).

De re-integratiebedrijven hebben naar eigen zeggen op basis van de ervaringen met hun eerste onderzoeken een soort format ontwikkeld voor de aanpak van de adviestrajecten. Dit format hebben ze in de volgende onderzoeken min of meer standaard toegepast. Wel stemmen ze hun aanpak waar nodig af op de omvang van de organisaties waar zij komen alsmede op de wensen van de ondernemers. Geen van de re-integratiebedrijven heeft sinds de eerste meting (najaar 2010) ingrijpende veranderingen doorgevoerd in de aanpak. Enkele re-integratiebedrijven hebben de aanpak in de loop van de tijd wat versimpeld (indikking, kortere rapportage), omdat de uitgebreide aanpak door ondernemers vaak als te belastend werd ervaren.

Bij één re-integratiebedrijf neemt de arbeidsdeskundige sinds enige tijd standaard een ‘jobfinder’ mee naar de bezoeken aan de ondernemer. Deze jobfinder – die aan het eind van het traject verantwoordelijk wordt voor het werven en plaatsen van een kandidaat – krijgt zo al vroeg een beeld van de kenmerken en wensen van de organisatie en maakt al vroeg kennis met de ondernemer. Op deze manier hoopt het re-integratiebedrijf te stimuleren dat de ondernemer na afronding van het traject daadwerkelijk ‘doorpakt’ en een Wajonger aanneemt. Bovendien wil het re-integratiebedrijf zo de kans op een succesvolle match tussen Wajonger en ondernemer vergroten.

4. UITVOERING EN ORGANISATIE WAJONG ADVIES-VOUCHER

4.1 Inleiding

In dit hoofdstuk kijken we naar de uitvoering en organisatie van de Wajong Adviesvoucher. Daarbij staan we in paragraaf 4.2 stil bij de bekendheid en informatie-voorziening rondom de voucher. In paragrafen 4.3 tot en met 4.6 gaan we in op de ervaringen met respectievelijk de werving, het adviestraject, het adviesrapport en de samenwerking met de re-integratiebedrijven.

4.2 Bekendheid en informatievoorziening

In de voorgaande twee rapporten is uitgebreid ingegaan op de informatievoorziening over de Wajong Adviesvoucher en de mate van bekendheid die is gegenereerd onder de bedrijven (in het MKB). In het eerste rapport werd al duidelijk dat halverwege de pilotperiode de bekendheid van de voucher (zeer) klein was. Dat bleek zowel uit de ervaringen van de re-integratiebedrijven als uit de raadpleging van de niet-deelnemers en werd bovendien bevestigd door het beperkte aantal voucheraanvragen in die periode.

Bij de tweede meting was de ervaring van de re-integratiebedrijven nauwelijks anders. Nog steeds beoordeelden ze de bekendheid als (zeer) beperkt. Die beperkte bekendheid leidden ze onder andere af aan het verwaarloosbare aantal ‘zelfmelders’, ondernemers die zelf de weg naar de voucher vonden en zonder tussenkomst van het re-integratiebureau tot een aanvraag waren gekomen.

Ook bij de laatste meting geven de re-integratiebedrijven aan dat zij tot aan het eind van de pilotperiode nauwelijks ondernemers zijn tegengekomen die al bekend waren met de voucher voordat zij hen daar zelf over inlichtten. Bovendien is het aantal zelfmelders – ondanks de snelle groei van het aantal voucheraanvragen in de laatste maanden – op het moment van meten nog steeds beperkt tot één of enkelen.

De oorzaak van de beperkte bekendheid ligt volgens de re-integratiebedrijven vooral in de mate waarin en de wijze waarop de informatievoorziening over de voucher heeft plaatsgevonden. Bij de eerste meting waren de re-integratiebedrijven (erg) kritisch over de manier waarop hier door het ministerie van SZW vorm aan is gegeven. De informatievoorziening vanuit het ministerie is volgens hen onvoldoende ‘actief’ opgepakt. Hoewel het een bewuste strategie van het ministerie was om bij de start van de pilot geen actieve informatiecampagne op te zetten, hebben de re-integratiebedrijven dit vanaf het begin betreurd. Het in dienst nemen van Wajongers is – zeker in deze periode van economische onzekerheid –geen onderwerp dat bij ondernemers sterk leeft en prioriteit krijgt. Er bestaat dus vrijwel geen vraag naar een instrument op het gebied van de Wajong en bedrijven gaan niet bewust op zoek naar informatie hierover. Het is daarom noodzakelijk om die vraag te creëren door ondernemers actief te wijzen op het bestaan

en de kenmerken van deze groep potentiele werknemers en hen te prikkelen om zich eens verder in het onderwerp te verdiepen.

Mede op verzoek van de re-integratiebedrijven heeft het ministerie halverwege de pilotperiode besloten om wel actief informatie te verspreiden over de Wajongvoucher, onder meer in de vorm van radiospotjes. De re-integratiebedrijven vonden dat een goede zet, maar zijn over het algemeen nog wel van mening dat het te laat van de grond is gekomen en dat het bereik van alleen de radiospotjes te beperkt is geweest. Ze hadden liever gezien dat – naast de radiospotjes – ook op andere wijze zou zijn gewerkt aan het goed in de markt zetten van het instrument. Ondernemers zouden – wat hen betreft – veel gerichter en persoonlijker moeten worden aangesproken. Veel re-integratiebedrijven hebben tijdens eerdere metingen aangegeven dat het inschakelen van branche-organisaties, het organiseren van MKB-bijeenkomsten of het direct aanschrijven van werkgevers naar hun mening meer ge-eigende instrumenten zijn om werkgevers te bereiken.

In hoeverre de radiospotjes effect hebben gehad was in dit onderzoek moeilijk meetbaar. Er zijn immers geen gebruikers geraadpleegd die de voucher na invoering van de radiospotjes hebben aangevraagd. De sterke stijging van het aantal voucheraanvragen in de laatste maanden van de pilotperiode lijkt in ieder geval niet (uitsluitend) te kunnen worden toegewezen aan de radiospotjes. Dan had immers het aantal ‘zelfmelders’ (bedrijven die zonder hulp van een re-integratiebedrijf de voucher hebben ‘gevonden’) duidelijk moeten stijgen. Een dergelijke stijging heeft zich niet voorgedaan volgens de re-integratiebedrijven. De radiospotjes hebben de aanvragers mogelijk wel gestimuleerd om daadwerkelijk een voucheraanvraag te doen, maar het is waarschijnlijk dat ze de eerste informatie hebben verkregen via de re-integratiebedrijven.

4.3 Ervaringen met de werving

Het genereren van bekendheid met de voucher is in de praktijk vooral een taak gebleken van de re-integratiebedrijven. Vrijwel alle re-integratiebedrijven hebben actief informatie over de voucher verspreid en zijn gericht deelnemers gaan werven. Ze deden dit door zowel bedrijven in hun bestaande netwerk als nieuwe bedrijven te benaderen middels schriftelijke informatie (bijvoorbeeld een zelfgemaakte folder) en door persoonlijk (telefonisch) contact op te nemen met de bedrijven. Andere activiteiten die ze hebben ondernomen zijn het plaatsen van advertenties in lokale of regionale kranten of door ondernemers aan te spreken op MKB-bijeenkomsten.

Bij de eerste meting gaven de re-integratiebedrijven aan dat de werving moeizaam verliep. Ze hadden veel moeite om ondernemers te interesseren voor het doen van een voucheraanvraag. Een belangrijke reden voor het moeizame verloop van de werving was de eerder genoemde beperkte bekendheid van het instrument. Ook de slechte economische situatie speelde een rol. Bedrijven hadden hierdoor andere zaken aan hun hoofd en/of geen behoefte aan personeel.

Een ander probleem waar de re-integratiebedrijven tegenaan liepen was dat veel bedrijven die op zich wel belangstelling hadden voor de voucher, toch vaak niet de stap zetten tot het daadwerkelijk invullen van het aanvraagformulier. Het bleek lastig om de ondernemers echt te 'bereiken' en voldoende vraag naar de voucher te creëren. Blijkbaar ervoeren de bedrijven een drempel om met de voucher aan de slag te gaan. Die drempel kon zitten in de aanvraagprocedure (zie verderop in de paragraaf), de verwachte 'rompslomp' van het traject, angst voor 'geneus' in de organisatie en de vrees dat ze zich met de voucher toch verplichtten tot het aannemen van Wajongers. Vaak was het echter voor de re-integratiebedrijven niet precies duidelijk wat organisaties weerhield van het aanvragen van de voucher.

Het werven van gebruikers van de voucher is voor de meeste re-integratiebedrijven de gehele pilotperiode lastig gebleven. Een drietal re-integratiebedrijven is in de loop van de tijd zelfs gestopt met het werven omdat het aantal vouchertrajecten dat ze binnenhaalden niet voldoende opwoog tegen de inspanningen en kosten die ze in het werven moesten stoppen. Op dit punt lijken de ervaringen van de re-integratiebedrijven niet goed te stroken met de sterke groei van het aantal voucheraanvragen. Wanneer we echter kijken naar het aantal opdrachten tot het uitvoeren van vouchertrajecten, dan blijkt dat twee geraadpleegde re-integratiebedrijven in totaal ruim 60% van de trajecten voor hun rekening nemen. De overige 16 organisaties kennen een veel beperkter aantal trajecten. Zo hebben 7 van hen 'slechts' 10 of minder opdrachten voor vouchertrajecten gekregen.

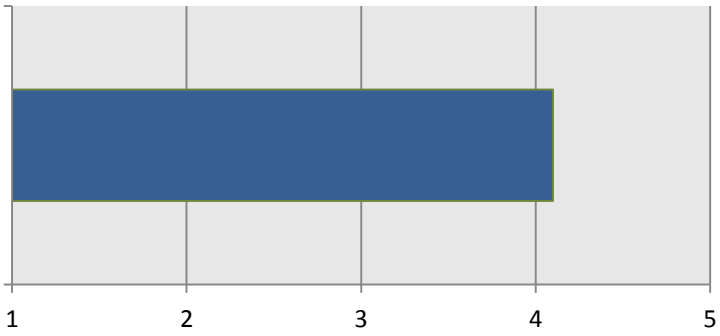
De aanvraagprocedure zou door een deel van de ondernemers dus als drempel zijn ervaren voor het aanvragen van de voucher, aldus de re-integratiebedrijven. In welke mate een dergelijke belemmering is ervaren is moeilijk precies na te gaan. De niet-deelnemers die in de eerste meting geraadpleegd zijn hebben de aanvraagprocedure niet als knelpunt of belemmerende factor genoemd. Dit waren echter voor het overgrote deel ondernemers die de voucher – en daarmee ook de aanvraagprocedure – niet kenden. Het kan zijn dat de cijfers anders zijn voor niet-deelnemende ondernemers die zich wel verdiept hebben in de voucher. Uit de raadpleging van 80 gebruikers van de voucher bleek bij de eerste meting dat een relatief kleine groep (11%) knelpunten bij de aanvraagprocedure heeft ervaren. Zij hadden met name problemen met het willen of kunnen overleggen van de gevraagde gegevens.

Om de ondernemers tegemoet te komen heeft het ministerie van SZW in augustus 2010 besloten om de aanvraagprocedure te vereenvoudigen. Zo hoefden ondernemers geen exacte omzetcijfers meer te overleggen, maar alleen bij benadering aan te geven wat de omzet was. Dit is volgens de re-integratiebedrijven een goede stap geweest en heeft er zeker voor gezorgd dat ondernemers sneller besloten tot het aanvragen van de voucher.

4.4 Ervaringen met het adviestraject

In de vorige meting kwam al naar voren dat de gebruikers van de voucher positieve ervaringen hebben gehad met het adviestraject. Ook na de laatste meting blijkt dat degenen die het traject doorlopen hebben de door het re-integratiebedrijf gekozen aanpak van het Wajong adviestraject als goed beoordelen (zie figuur 4.1). Ze bestempelen de aanpak met kernwoorden als: snel, duidelijk, daadkrachtig en deskundig. De adviseurs van de re-integratiebedrijven hadden volgens de gebruikers een open houding en hielden bij de analyse goed rekening met de wensen, kenmerken en mogelijkheden van het bedrijf.

Figuur 4.1 Oordeel over de gekozen aanpak van het adviestraject door de re-integratiebedrijven, volgens de gebruikers van de voucher (N=55)



Legenda: 5 = zeer goed
4 = goed
3 = niet goed / niet slecht
2 = slecht
1 = zeer slecht

In de beoordeling van het adviestraject zijn er geen duidelijke verschillen tussen organisaties waar een heel uitgebreid traject (met drie bezoeken of meer) heeft plaatsgevonden en organisaties waar het traject beperkt is gebleven tot één of twee bezoeken. Het stappenplan dat het ministerie van SZW als basis voor het Wajong Adviestraject had ontwikkeld ging standaard uit van drie bezoeken per traject (1: introductie, 2: onderzoek, 3: bespreken rapportage). In de praktijk bleek echter bij de eerste meting al dat het aantal bezoeken per traject erg verschilt. Bijna de helft van de gebruikers (48%) heeft minder bezoeken gehad (één of twee). Bij bijna een kwart van de gebruikers zijn meer bezoeken dan de drie standaard bezoeken afgelegd. De re-integratiebedrijven gaven al eerder aan dat ze het aantal bezoeken afstemmen op de omvang en wensen van de organisatie waar ze komen. Zo is het bij kleine bedrijven mogelijk om in kortere tijd het onderzoek uit te voeren. Bovendien willen ze door het beperken van het aantal bezoeken ook de belasting van de vouchergebruikers zo veel mogelijk beperken.

In de organisaties waar maar twee bezoeken hebben plaatsgevonden is of het introductiegesprek in één bezoek gecombineerd met het werkplekonderzoek of heeft één van de onderdelen (introductie of bespreken rapportage) telefonisch plaatsgevonden. Bij

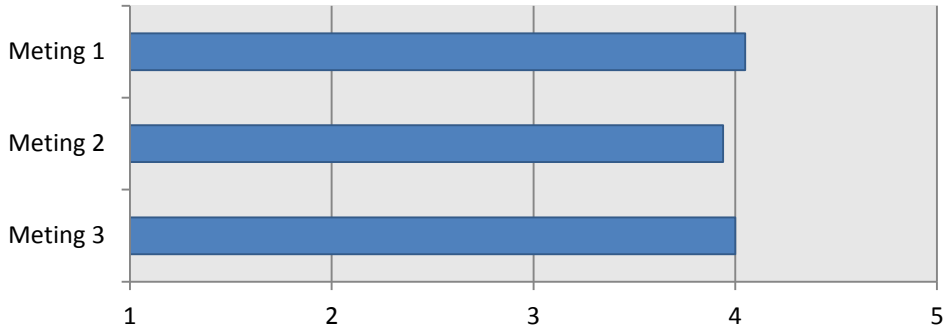
organisaties waar meer dan drie bezoeken hebben plaatsgevonden, zijn de extra bezoeken gebruikt in het kader van de werving (om bedrijven te informeren over de voucher), om meerdere locaties of afdelingen binnen de organisatie te bezoeken, om een tussenevaluatie te bespreken of om de financiële afwikkeling door te nemen.

Ondanks de goede waardering van ook de hele korte trajecten is wel de vraag gerezen of de standaardvergoeding van €2.500,- in deze gevallen niet erg hoog is. Zowel vanuit gebruikers alsook vanuit enkele re-integratiebedrijven is aangegeven dat het veel geld is voor het werk dat voor kleine organisaties geleverd moet worden.

Eerdere metingen lieten zien dat een traject gemiddeld acht weken duurt, gerekend vanaf het intakegesprek dat met het re-integratiebedrijf wordt gevoerd. De doorlooptijd van de trajecten varieert echter sterk. Dit hangt in de eerste plaats samen met de uitgebreidheid van het traject. In kleine organisaties met maar één bezoek is het traject korter. Organisaties waar meerdere bezoeken plaatsvinden kennen een langer traject. De doorlooptijd van het traject is daarnaast afhankelijk van de snelheid waarmee afspraken kunnen worden ingepland. Vanwege vakanties of drukte op het werk wordt soms gedurende enkele weken niets ondernomen. Geen van de geraadpleegde gebruikers heeft het traject als te lang ervaren.

Ook de re-integratiebedrijven hebben positieve ervaringen met de Wajong Advies-trajecten die ze tot op heden hebben uitgevoerd.

Figuur 4.2 Oordeel over verloop Wajongtrajecten volgens de re-integratiebedrijven



Legenda: 5 = zeer goed
4 = goed
3 = neutraal
2 = slecht
1 = zeer slecht

De methode van jobcarving – zoals die door het ministerie van SZW is aangedragen en die is aangevuld met eigen aanpassingen en inzichten – blijkt in de praktijk goed te werken. De re-integratiebedrijven hebben in de loop van de pilotperiode ook steeds beter hun draai gevonden met de aanpak die ze volgen. Bovendien krijgen ze veel positieve reacties van gebruikers.

Slechts in beperkte mate hebben de re-integratiebedrijven naar eigen zeggen knelpunten ervaren met de Wajong Adviestrajecten. Bij de eerste meting had een viertal re-

integratiebedrijven wat problemen ervaren met het tijdrovende en uitgebreide karakter van de aanpak. Ook de 'theorie' van het model sloot nog niet altijd goed aan bij de praktijk van de gebruikers. In de loop van de pilotperiode hebben de re-integratiebedrijven daar echter beter mee leren omgaan.

De knelpunten die aan het einde van de pilotperiode – bij de derde meting – nog door enkele re-integratiebedrijven zijn genoemd hadden meer betrekking op de procedures die gevolgd moeten worden om de voucher uiteindelijk bij het Agentschap te kunnen verzilveren. Verschillende re-integratiebedrijven hebben ervaren dat ze vouchers niet hebben kunnen verzilveren omdat ze het adviestraject al waren gestart voordat de voucher was toegekend. Om direct in te kunnen springen op de interesse bij werkgevers en 'het ijzer te smeden wanneer het heet is' hebben ze – op eigen risico – gelijk na aanvraag een begin gemaakt met het adviestraject. Op die manier wilden ze voorkomen dat werkgevers zich zouden bedenken of de voucher weer in de vergetelhoek zou raken als ze enkele weken op een uitslag van het Agentschap zouden moeten wachten. Het Agentschap heeft deze trajecten echter niet erkend en niet uitbetaald. De re-integratiebedrijven vinden dit jammer omdat het de effectiviteit van het instrument inperkt. Bovendien zijn ze er financieel door gedupeerd.

4.5 Ervaringen met het adviesrapport

Alle geraadpleegde gebruikers bij wie het adviestraject is afgerond hebben inmiddels allemaal een adviesrapport ontvangen van het re-integratiebedrijf. Al eerder werd duidelijk dat bij 85% van de bedrijven die een adviestraject hebben doorlopen mogelijkheden zijn gevonden voor het plaatsen van een Wajonger.

Deze score komt in grote lijn overeen met de ervaring van de re-integratiebedrijven. Zij geven aan dat bij gemiddeld 78% van hun trajecten Wajongprofielen kunnen worden opgesteld. Zoals ook in de eerdere metingen al duidelijk werd zijn er echter grote verschillen tussen de re-integratiebedrijven. Terwijl de helft van de re-integratiebedrijven in 90% tot 100% van hun trajecten tot een Wajongprofiel komen, zijn er ook re-integratiebedrijven bij wie dit percentage ligt op slechts 20% of 50%. Dit verschil wordt onder meer verklaard door het feit dat sommige re-integratiebedrijven een 'voorselectie' maken en andere bedrijven niet. Die voorselectie houdt in dat ze geen Wajong Adviestraject in gang zetten in bedrijven waarvan op voorhand al duidelijk is dat er geen Wajonger geplaatst kan worden. Zeker bij kleine bedrijven kan een dergelijke conclusie op basis van een beperkt onderzoek al worden getrokken.

Een andere reden voor de verschillen in percentages is dat een deel van de re-integratiebedrijven geen Wajongprofiel opstelt wanneer de ondernemer toch (nog) niet van plan is om een Wajonger aan te nemen. Dit komt onder andere voor in organisaties waar momenteel geen vacatures zijn (al het werk kan door zittend personeel worden opgepakt) of waar de ondernemer alleen op termijn (na bijvoorbeeld een uitbreiding) het aannemen van een Wajonger overweegt. Een deel van de re-integratiebedrijven stelt in deze gevallen nog geen Wajongprofiel op. Zij zijn van mening dat de situatie in de loop

van de tijd zoveel veranderd zal zijn dat de Wajongprofielen niet meer zullen passen. Het is dan zinvoller om nog eens terug te komen bij het bedrijf en de situatie opnieuw te bekijken.

Voor 47 geraadpleegde gebruikers zijn één of meerdere Wajongprofielen opgesteld. In totaal gaat het om 101 Wajongprofielen. Het gemiddelde aantal profielen per gebruiker is 2.3[4]. Bij de meeste gebruikers (53%) gaat het om één Wajongprofiel. Bij de andere gebruikers gaat het om 2 tot 10 profielen.

Een belangrijke reden dat bij een deel van de gebruikers geen Wajongprofiel kan worden opgesteld is dat de bedrijven te klein zijn. Er kunnen niet voldoende taken worden gevonden die samengevoegd kunnen worden tot een Wajongprofiel. Een andere belangrijke verklaring is dat de taken in sommige organisaties te complex zijn om taken te vinden die passend zijn voor Wajongers. Ook zou de cultuur in sommige organisaties onvoldoende 'Wajongvriendelijk' zijn. De mogelijkheden voor een goede begeleiding op de werkplek ontbreken en/of de werkgever en werknemers staan niet voldoende open voor Wajongers. Een laatste reden waarom er soms geen profiel is opgesteld is dat de gebruikers toch niet van plan waren om daadwerkelijk een Wajonger aan te nemen. Hoewel er wel mogelijkheden waren voor een Wajongfunctie heeft het re-integratiebedrijf besloten in deze gevallen geen Wajongprofiel op te stellen.

De gebruikers zijn over het algemeen goed te spreken over de kwaliteit van het adviesrapport. De informatie is duidelijk en geeft naar de mening van de gebruikers goed weer wat er tijdens het traject met het re-integratiebedrijf is besproken. Slechts enkele gebruikers zijn kritisch en vinden de rapportage te beknopt en de analyse te simpel. De toegevoegde waarde van het rapport is daardoor volgens hen beperkt en levert geen nieuwe inzichten De tweede meting liet al zien dat een ruime meerderheid van de gebruikers (78%) niet echt verrast is door de uitkomsten van het rapport. Dit komt omdat ondernemers vaak hun vermoedens bevestigd zien door de resultaten van het onderzoek. Voor andere gebruikers zijn de uitkomsten wel verrassend. Ze krijgen een andere kijk op hun eigen organisatie en zien onverwachte mogelijkheden voor het plaatsen van een Wajonger.

De re-integratiebedrijven hebben over het algemeen goede ervaring met het opstellen van de adviesrapporten. Een deel hanteert heel strikt het format dat vanuit het ministerie is aangeleverd. Andere re-integratiebedrijven gaan er iets vrijer mee om en hebben het format wat meer naar hun eigen inzichten vormgegeven. Ze laten zich bij de exacte invulling van het rapport vaak leiden door de behoeften en wensen van de gebruiker. Slechts enkele re-integratiebedrijven geven aan wel eens knelpunten te hebben ervaren bij het opstellen van de rapportages. Twee re-integratiebedrijven hebben ervaren dat de rapporten die volgens het vaste format zijn opgezet soms meer 'opsmuk' bevatten dan voor de gebruiker wenselijk of nodig is. Anderen geven aan dat ze – zeker in het begin – wat hebben moeten zoeken naar de juiste invulling van het adviesrapport, zodat deze voldoet aan zowel de eisen van het Agentschap als de behoeften van de werkgevers.

[4] Van de 47 gebruikers met een Wajongprofiel hebben er 45 aangegeven om hoeveel profielen het ging. Het gemiddelde is daarom berekend op basis van N=45.

Vanuit re-integratiebedrijven wordt opgemerkt dat het adviesrapport een belangrijke meerwaarde heeft voor de werkgevers. In het adviesrapport wordt namelijk heel gestructureerd op papier gezet wat de uitkomsten zijn van het onderzoek, welke mogelijkheden er in de organisatie zijn voor het plaatsen van Wajongers en wat er precies van een Wajonger wordt verwacht die op het profiel wordt geplaatst. Daarmee is het een goed instrument voor zowel de organisaties die direct op zoek willen naar een Wajonger als voor organisaties die hier pas op termijn mee aan de slag willen. Ze kunnen dan immers het rapport er bij pakken op het moment dat ze toe zijn aan het matchen van een kandidaat op een functie.

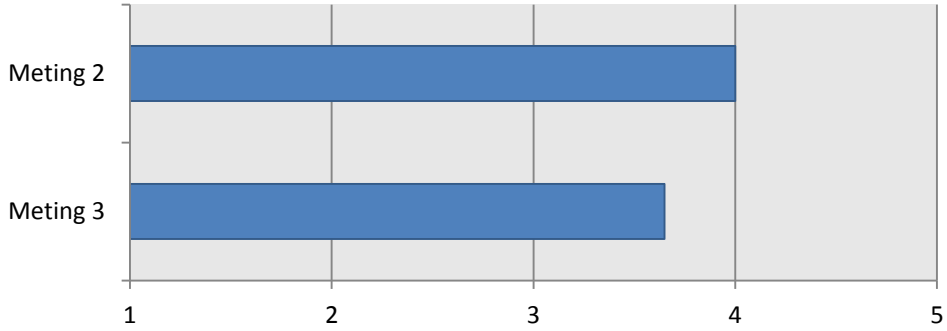
Daarnaast heeft het rapport een meerwaarde voor hele kleine bedrijven, aldus een aantal re-integratiebedrijven. Deze kleine bedrijven beschikten voorheen veelal niet over zaken als functiebeschrijvingen, organogrammen et cetera. De bedrijfsanalyse naar aanleiding van de Wajongvoucher heeft ervoor gezorgd dat dergelijke zaken opeens wel waren uitgewerkt en op papier stonden.

Gezien de meerwaarde van het adviesrapport is het volgens hen dan ook belangrijk dat ook altijd daadwerkelijk een compleet rapport wordt opgesteld, zelfs als de gebruiker die in eerste instantie niet verlangt. Zonder een dergelijk rapport bestaat het risico dat de uitkomsten van het onderzoek niet beklijven.

4.6 Ervaringen met de samenwerking met het re-integratiebedrijf

Aan de gebruikers van de voucher is – net als in de tweede meting – gevraagd hoe ze de samenwerking met het re-integratiebedrijf hebben ervaren. De samenwerking wordt gemiddeld als redelijk goed beoordeeld. De gebruikers zijn voorafgaand aan het traject voldoende voorgelicht over het instrument en de te volgen aanpak en tijdens het adviestraject heeft het re-integratiebedrijf hen goed en actief ondersteund.

Figuur 4.3 Oordeel over samenwerking met re-integratiebedrijven, volgens de gebruikers



Legenda: 5 = zeer goed
4 = goed
3 = neutraal
2 = slecht
1 = zeer slecht

De tevredenheid over de samenwerking met de re-integratiebedrijven is echter sinds de tweede meting wel wat teruggelopen. Dit komt met name voort uit het feit dat een deel van de gebruikers wat teleurgesteld is in de prestaties die de re-integratiebedrijven leveren in het vervolgtraject (werving en plaatsing). De re-integratiebedrijven laten – na de actieve begeleiding tijdens het adviestraject – in het vervolgtraject plotseling weinig van zich horen. De gebruikers zijn zich er mogelijk niet altijd goed van bewust dat de werving officieel geen onderdeel uitmaakt van het Wajongadviestraject. De re-integratiebedrijven zijn dan ook niet verplicht om zich actief voor in te zetten. Toch geven veel gebruikers aan dat het re-integratiebedrijf wel heeft aangeboden om geschikte kandidaten te zoeken. Daar blijken de re-integratiebedrijven echter regelmatig problemen bij te ondervinden. Zeker acht gebruikers wachten al maanden op een passende kandidaat voor hun Wajongfunctie. Van hen hebben reeds drie het wachten inmiddels opgegeven. Door het ontbreken van passen de kandidaten zullen zij de Wajongfunctie (voorlopig) niet opvullen.

5. ERVARINGEN MET WERVEN EN PLAATSEN WAJONGERS

5.1 Inleiding

Het werven en plaatsen van Wajongers op de opgestelde Wajongprofielen valt in principe buiten het traject van de Wajong Adviesvoucher. Dit is bewust gedaan om het vrijblijvende karakter van het instrument voor de ondernemer te garanderen. Toch is het zinvol om te kijken naar de mate waarin de profielen worden ingevuld door middel van het aannemen van een Wajonger. Dit bepaalt namelijk in belangrijke mate de effectiviteit van het instrument. Het uiteindelijke doel van de voucher is immers om de kansen van Wajongers op de arbeidsmarkt te vergroten. In dit hoofdstuk wordt gekeken of gebruikers overgaan tot het invullen van de Wajongprofielen en wat de ervaringen met het werven en de plaatsing van de Wajongers zijn.

5.2 Invulling van de Wajongprofielen

In paragraaf 2.2 zagen we al dat voor 47 van de 80 geraadpleegde gebruikers tenminste één Wajongprofiel is opgesteld. Van deze groep hebben 21 gebruikers al één of meerdere Wajongprofielen ingevuld door een Wajonger aan te stellen. In totaal gaat het om 31 aangestelde Wajongers. Van deze Wajongers zijn er echter inmiddels al weer 9 uit dienst.

Wat ten aanzien van de andere Wajongprofielen is voorzien is weergegeven in tabel 5.1.

Tabel 5.1 Mogelijkheden bij gebruikers van de voucher voor het plaatsen van een Wajonger

Invulling	**Aantal**
Profielen die inmiddels zijn ingevuld	35*
Profielen die nog ingevuld gaan worden	21
Profielen waarvan nog niet bekend is of ze worden ingevuld	11
Profielen die niet ingevuld zullen worden	34
Totaal	**101**

* In één bedrijf bezet 1 Wajonger 5 profielen. Vandaar dat het aantal aangestelde Wajongers (31) lager ligt dan het aantal ingevulde profielen (35).

Een belangrijke reden waarom profielen nog niet zijn ingevuld is dat bedrijven momenteel voldoende personeel hebben. Daardoor kunnen ook de 'Wajongactiviteiten' nog door het bestaande personeel worden uitgevoerd. Wanneer de vraag naar personeel toeneemt, zullen de organisaties mogelijk wel overwegen om het Wajongprofiel in te vullen. Een andere belangrijke reden is volgens de gebruikers dat ze nog geen passende kandidaat

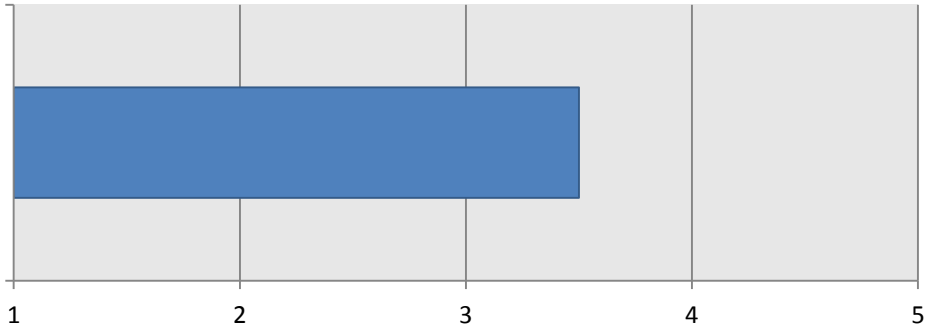
hebben gevonden voor de Wajongfunctie. Het blijkt in de praktijk vaak lastig om een goede kandidaat te vinden en ze moeten lang wachten voordat ze kandidaten vanuit het re-integratiebedrijf krijgen voorgedragen.

De werving van de Wajongers wordt voor een belangrijk deel opgepakt door de re-integratiebedrijven. Bij 85% van de gebruikers die een Wajonger hebben geplaatst heeft de werving gelopen via een re-integratiebedrijf. De vorige meting liet al zien dat nagenoeg alle re-integratiebedrijven een actieve rol (willen) spelen bij het zoeken naar een geschikte kandidaat. Zij bieden de gebruikers van de voucher na afloop van het officiële adviestraject altijd de mogelijkheid om hen ook bij de werving en plaatsing bij te staan. Slechts één re-integratiebedrijf gaf destijds al aan het werven en plaatsen van een Wajonger aan de gebruiker zelf over te laten.

Van de gebruikers hebben 25 inmiddels kandidaten voorgedragen gekregen vanuit het re-integratiebedrijf. In 44% van de gevallen ging het om één kandidaat. Vrijwel allemaal zijn de gebruikers echter van mening dat ze daarmee voldoende keuzemogelijkheid hebben gehad. De kandidaat voldeed aan de eisen van de Wajongfunctie. Er was geen reden om nog meer kandidaten te zoeken. De overige respondenten hebben twee of drie kandidaten voorgedragen gekregen.

De kwaliteit van de voorgedragen wajonger wordt door de gebruikers als redelijk goed genoemd. Toch is het moeilijk om hier een eenduidig oordeel over te geven. Elke Wajonger heeft zijn beperking en bij de ene kandidaat werkt dat minder belemmerend dan bij een ander. Wat verder erg bepalend is, is of de kandidaten een juiste werkhouding hebben. Dat blijkt zeker niet in alle gevallen (al) zo te zijn. Vaak kan pas op termijn echt duidelijk worden of iemand in de organisatie past of niet. Wel geeft 71% van de gebruikers aan dat de kandidaten in ieder geval wat betreft competenties wel aansloten op de eisen van de vacature.

Figuur 5.1 Oordeel over de kwaliteit van de voorgedragen kandidaten, volgens de gebruikers (N=24)



Legenda:
5 = zeer goed
4 = goed
3 = neutraal
2 = slecht
1 = zeer slecht

Wat betreft de kwaliteit van de aangeleverde kandidaten leveren de re-integratiebedrijven – in de ervaring van de gebruikers – dus goed werk. Het grote probleem bij de werving is echter – zoals al eerder duidelijk werd – dat het vaak heel lastig blijkt voor re-integratiebedrijven om kandidaten te vinden die ze kunnen voordragen. Hierdoor moet een deel van de gebruikers die een Wajonger wil plaatsen lang wachten. Van de gebruikers met een Wajongprofiel heeft 17% tot op heden nog geen kandidaat voorgedragen gekregen.

Zeven op de tien re-integratiebedrijven erkennen dat de werving van Wajongers (soms) moeilijk verloopt. Bij het vinden van geschikte kandidaten lopen ze tegen verschillende knelpunten aan. In de eerste plaats is het lastig om een Wajonger te vinden die precies op het opgestelde profiel past. Dit komt soms omdat de werkgever toch te hoge eisen en verwachtingen heeft ten aanzien van een Wajonger, maar vaak ook omdat Wajongers zelf erg selectief zijn. Ze willen niet reizen voor een baan, willen alleen een baan die precies past bij hun vooropleiding en/of een baan die beter betaalt.

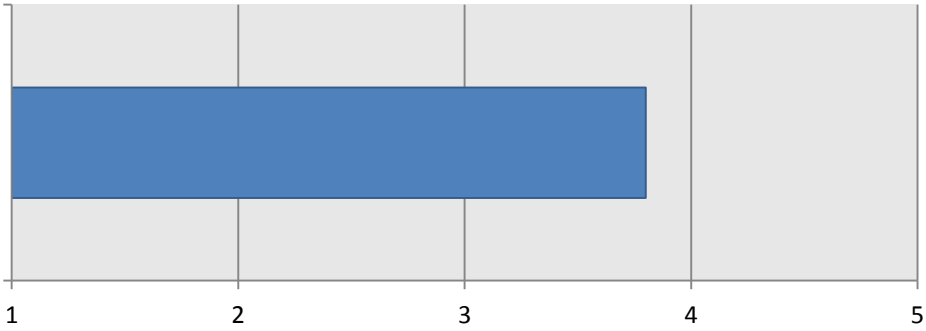
Het realiseren van een plaatsing wordt volgens de re-integratiebedrijven vooral lastig als ze geen geschikte kandidaat in hun eigen klantenbestand kunnen vinden en aangewezen zijn op het vinden van een kandidaat via WajongWerkt, UWV of andere kanalen. Er is vooral veel kritiek op de matching vanuit UWV. Hoewel ze heel veel Wajongers in hun bestanden hebben, slaagt het UWV er volgens de re-integratiebedrijven niet of nauwelijks in om een passende kandidaat te vinden voor een bepaalde vacature. Ook de site van WajongWerkt blijkt in de praktijk nog steeds niet goed te werken, vooral omdat heel veel niet-Wajongers via deze site reageren op een Wajongfunctie. Het kost dan heel veel tijd en moeite om uit alle sollicitaties kandidaten te selecteren die ook daadwerkelijk een Wajonguitkering hebben.

De re-integratiebedrijven zijn echter in de loop van de pilotperiode wel positiever geworden over de onderlinge samenwerking met andere re-integratiebedrijven bij het realiseren van plaatsingen. Mede door de regels die vanuit UWV op dit terrein zijn opgesteld zetten re-integratiebedrijven makkelijker vacatures uit bij collega re-integratiebedrijven. In sommige regio's is er zelfs sprake van een maandelijks vacatureoverleg tussen re-integratiebedrijven. Tot op heden is het aantal Wajongers dat door een re-integratiebedrijf geplaatst is op een door de concurrent opgesteld Wajongprofiel nog beperkt tot één of twee. De eerste stappen naar een nauwere samenwerking op dit punt zijn echter wel gezet.

5.3 Ervaringen met de aangestelde Wajongers

De gebruikers van de voucher is ook gevraagd wat tot dusver hun ervaringen zijn met de Wajonger(s) die bij hen in dienst is (geweest).

Figuur 5.2 Ervaringen met de in dienst genomen Wajonger, volgens de gebruikers (N=21)



Legenda: 5 = zeer goed
4 = goed
3 = neutraal
2 = slecht
1 = zeer slecht

Over het algemeen oordelen de gebruikers positief over de ervaringen met hun Wajonger. Het is vaak wel even wennen, zeker aan het feit dat Wajongers een wat andere begeleiding vragen. Zo loopt de communicatie soms wat lastig en moeten zaken meerdere keren worden uitgelegd. Toch leveren ze meestal goed werk en zijn het prettige medewerkers. Echter niet iedereen is positief. Een deel van de gebruikers heeft slechte ervaringen met de Wajongers. Het betreft hier voornamelijk de bedrijven waar de Wajonger inmiddels weer uit dienst is. Slecht functioneren (voornamelijk slechte werkhouding), diefstal en een slechte werkverhouding zijn zaken die daarbij als knelpunten zijn genoemd.

Dat de ervaringen met de Wajongers overwegend positief zijn wordt bevestigd door het feit dat 86% van de gebruikers die een Wajonger hebben aangenomen nogmaals zou willen overwegen om een Wajonger aan te nemen. Dit wil overigens niet zeggen dat ze direct openstaan voor een nieuwe plaatsing van een Wajonger. Het zal onder meer afhangen van de ontwikkeling in de vraag naar personeel. Op het moment dat de vraag naar personeel zal stijgen, zullen bedrijven eerder openstaan voor een Wajonger dan wanneer de economische situatie blijft zoals die nu is.

5.4 Ervaringen van de Wajongers

In het onderzoek zijn ook 24 Wajongers geraadpleegd, die op een functie zijn aangenomen die met gebruik van de voucher is gecreëerd. Het gaat in twee derde van de gevallen om een man en een derde is vrouw. De gemiddelde leeftijd bedraagt 25 jaar. Ze hebben meestal een verstandelijke beperking (41%), een psychiatrische beperking (29%) en/of een lichamelijke beperking (29%). Bijna twee derde van de geraadpleegde Wajongers (63%) heeft voor deze baan al eerder betaald werk gedaan.

Over het algemeen zijn de geplaatste Wajongers tevreden met hun huidige baan. Ruim negen op de tien (92%) respondenten gaat naar eigen zeggen met plezier naar het werk. Tabel 5.2 laat zien dat de Wajongers over het algemeen ook van mening zijn dat de baan

goed aansluit bij hun mogelijkheden. Vijf geraadpleegde Wajongers zijn het hier niet mee eens. Eén van hen vindt het werk te makkelijk, één vindt het te zwaar en drie Wajongers zouden graag meer uren willen werken.

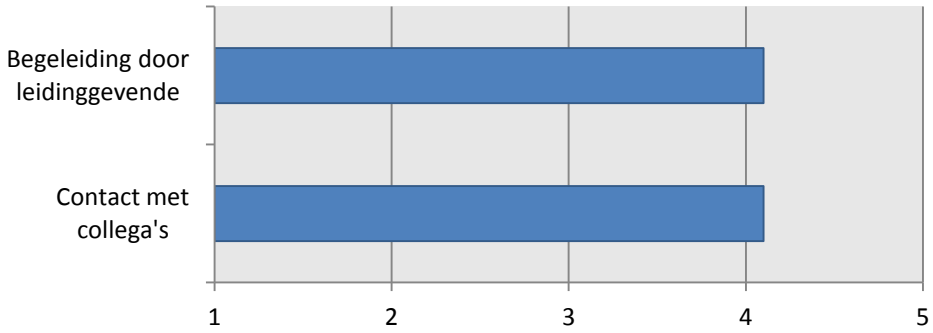
Tabel 5.2 Oordeel over de Wajongfunctie, volgens de Wajongers

Aspecten	Ja	Nee	Weet niet	Totaal
De baan sluit goed aan bij mijn mogelijkheden	79%	21%	0%	100%
Het werk sluit goed aan bij wat ik wil	65%	26%	9%	100%
Het werk biedt voldoende uitdaging	70%	9%	22%	100%
Deze baan past beter bij me dan vorige banen (N=14)	79%	7%	14%	100%

Bijna twee derde van de Wajongers geeft aan dat het werk goed aansluit bij wat ze willen. Degenen die op dit punt minder tevreden zijn hebben meestal een heel concreet beeld van de droombaan die ze later willen hebben, zoals lasser, automonteur of iets in de muziek. De huidige baan biedt momenteel voor de meeste van hen echter wel voldoende uitdaging. Een belangrijke conclusie die uit de bovenstaande tabel kan worden getrokken is dat bijna 80% van de Wajongers die al eerder een baan hebben gehad vindt dat deze functie beter bij hen past. Het doel van de Wajong Adviesvoucher was immers om echte 'Wajongfuncties' samen te stellen door de voor hen geschikte werkzaamheden te bundelen tot een functie. Op die manier zouden de functies beter moeten aansluiten bij de mogelijkheden van Wajongers. Dit blijkt in de praktijk dus ook daadwerkelijk het geval te zijn.

De Wajongers zijn goed te spreken over de begeleiding die ze krijgen vanuit de werkgever of de direct leidinggevende. Bovendien worden alle Wajongers in hun functie ondersteund door een jobcoach. Ook het contact met de collega's beoordelen zij als goed. Vrijwel alle Wajongers zijn van mening dat de leidinggevenden en de collega's voldoende rekening houden met hun beperking.

Figuur 5.3 Oordeel over de begeleiding door de leidinggevenden en het contact met de collega's, volgens de Wajongers (N=24)



Legenda: 5 = zeer goed
4 = goed
3 = neutraal
2 = slecht
1 = zeer slecht

5.5 Duurzaamheid van de plaatsing

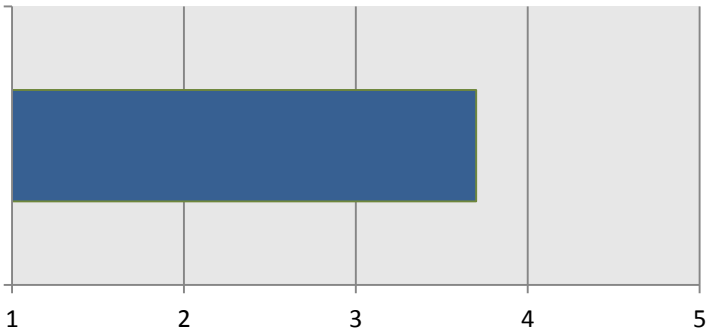
Naast het feit dat er een Wajonger is geplaatst op een samengesteld Wajongprofiel is het ook belangrijk om te weten in hoeverre de plaatsing duurzaam is. In hoofdstuk 2 (figuur 2.2) werd al duidelijk dat in 8 van de geraadpleegde 21 organisaties (38%) waar een Wajonger geplaatst was, de Wajonger inmiddels al weer uit dienst is. De oorzaak lag in veel gevallen in de knelpunten die de werkgever ondervond in de samenwerking met de Wajonger. In een enkel geval was er door organisatorische veranderingen (faillissement, overname) geen plek meer voor de Wajonger. De werkgevers in de overige organisaties waren over het algemeen wel van plan om hun Wajonger ook op langere termijn werk te blijven bieden. Of en hoe lang dat daadwerkelijk plaatsvindt is op dit moment nog moeilijk te zeggen, aangezien de meeste Wajongers nog maar kort in dienst waren en soms nog in hun proeftijd zaten.

Raadpleging van de Wajongers maakt duidelijk dat ze bijna allemaal (88%) een jaarcontract hebben gekregen. De anderen zitten nog in hun proeftijd of zijn inmiddels niet meer in dienst. Bij één Wajonger is het contract namelijk beëindigd als gevolg van het feit dat hij zich in de eerste maand drie keer ziek heeft moeten melden. Met de jaarcontracten lijken de werkgevers aan te geven dat ze serieus met hun Wajonger aan de slag willen. Of de Wajongers ook na dat jaar in dienst kunnen blijven is nu nog niet te zeggen. De meeste Wajongers (83%) willen zelf wel graag blijven. Enkelen zien geen toekomst in hun huidige functie en willen een andere baan of weer terug naar school. Of ze ook daadwerkelijk kunnen blijven werken bij hun werkgever vinden ze vaak moeilijk te zeggen. Twee derde van de Wajongers verwacht wel dat hun jaarcontract zal worden verlengd.

5.6 Wajong Adviesvoucher en de toekomst

In de derde meting hebben we de re-integratiebedrijven en de gebruikers gevraagd wat er met de Wajongvoucher als instrument moet gebeuren na afloop van de pilotperiode. Daarbij is allereerst gepeild in hoeverre de re-integratiebedrijven de voucher als een succesvol instrument beschouwen. Hun mening is weergegeven in onderstaande figuur.

Figuur 5.4 Oordeel over de mate waarin de Wajongvoucher een succesvol instrument is gebleken, volgens de re-integratiebedrijven



Legenda: 5 = zeer succesvol
4 = succesvol
3 = neutraal
2 = beperkt succesvol
1 = niet succesvol

De re-integratiebedrijven bestempelen het instrument als redelijk succesvol. Het is in de ogen van de meeste re-integratiebedrijven een waardevol instrument omdat het een andere benadering kent dan bestaande methoden (namelijk de werkgever centraal stellen, uitgaan van taken in plaats van functies en een brede bedrijfsanalyse). Het is daarmee een goed instrument om bij bedrijven binnen te komen, ook bij degenen die voorheen niet in hun netwerk zaten. Bovendien levert de voucher daadwerkelijk nieuwe banen op voor Wajongers, laat het zien dat in het merendeel van de bedrijven functies kunnen worden gecreëerd voor Wajongers en zorgt het voor een zekere cultuuromslag bij bedrijven. De vooroordelen over Wajongers zijn volgens re-integratiebedrijven in veel bedrijven verminderd.

Het succes van het instrument wordt volgens veel re-integratiebedrijven echter wel beperkt door het geringe bereik dat met de Wajongvoucher is gerealiseerd. Hoewel alle 1.000 vouchers zijn uitgegeven is het volgens de ervaring van de re-integratiebedrijven steeds erg lastig gebleven om werkgevers te interesseren voor de voucher. Dit komt onder meer door de onbekendheid van het instrument en door het feit dat veel werkgevers toch nog onvoldoende openstaan voor het aannemen van Wajongers. Ze beseffen zich nog niet goed welke meerwaarde een Wajonger kan hebben, zeker op termijn als de krapte op de arbeidsmarkt groeit, aldus re-integratiebedrijven.

Van de re-integratiebedrijven vindt 81% het zinvol om de Wajong Adviesvoucher ook na afloop van de pilot in stand te houden. Het is van groot belang om te blijven werken aan het vergroten van de arbeidsmarktkansen van Wajongers door werkgevers bewust te

maken van de mogelijkheden en voordelen van het aannemen van een Wajonger. De Wajongvoucher is voor dit doel in hun ogen een goed instrument. Zonder een dergelijke financiering is het niet mogelijk om een uitgebreid en vrijblijvend onderzoek bij een ondernemer te doen.

Tabel 5.3 Wenselijkheid van het in stand houden van de Wajongvoucher na afloop van de pilotperiode, volgens de re-integratiebedrijven en de deelnemers

In stand houden	Re-integratiebedrijven (N=16)	Gebruikers (N=45)
Ja	81%	69%
Nee	13%	20%
Weet niet	6%	11%
Totaal	**100%**	**100%**

Onder de gebruikers is de wens om het instrument in stand te houden iets kleiner dan bij de re-integratiebedrijven. Toch ziet ook een ruime meerderheid van de gebruikers de voucher als een goed instrument. Het laat ondernemers op een redelijk laagdrempelige manier kennis maken met de Wajong(ers) en het biedt hen de mogelijkheid om te laten onderzoeken wat de Wajonger in hun organisatie zou kunnen betekenen. Voor de Wajongers zelf is het ook positief omdat zo meer kansen voor hen gecreëerd worden op de arbeidsmarkt. Wel wijzen zij iets meer dan de re-integratiebedrijven op het dure en tijdrovende karakter van het Wajong Adviestraject en vragen ze zich af of er geen andere, minder kostbare methoden zijn om dezelfde doelen te bereiken.

Als er daadwerkelijk wordt besloten om de voucher voort te zetten is het volgens een deel van de re-integratiebedrijven en gebruikers echter wel raadzaam om een aantal aanpassingen door te voeren. De meest genoemde aanpassing vanuit de re-integratiebedrijven is dat er zorg moet worden gedragen voor een betere informatie-voorziening op landelijk niveau (bijvoorbeeld vanuit het ministerie of vanuit branche-organisaties) om zo de bekendheid van het instrument te vergroten. Daarbij is het van belang om vooraf ook goed na te denken welke vorm van informatievoorziening moet worden gekozen om ondernemers daadwerkelijk te bereiken en te enthousiasmeren.

Tabel 5.4 Wenselijke aanpassingen voucher wanneer besloten wordt tot voortzetting van het instrument, volgens de re-integratiebedrijven en de deelnemers

Aanpassingen	Re-integratiebedrijven (N=11)	Gebruikers (N=23)
Vergroten bekendheid instrument	45%	13%
Verbeteren vervolgtraject	36%	39%
Vereenvoudigen procedures	36%	0%
Ervaringen delen tussen re-integratiebedrijven	18%	0%
Aanpassen doelgroep	9%	9%
Kritisch kijken naar rol re-integratiebedrijven	0%	52%

Een veelgenoemd punt van zowel re-integratiebedrijven als gebruikers is dat het vervolgtraject moet worden verbeterd. De gebruikers wijzen er vooral op dat het vervolgtraject onderdeel zou moeten worden van de Wajongvoucher om zo te zorgen voor meer continuïteit in de ondersteuning vanuit re-integratiebedrijven. Nu laat de ondersteuning in het vervolgtraject regelmatig te wensen over, aldus de gebruikers. Vanuit de re-integratiebedrijven wordt vooral gewezen op een beter functioneren van het UWV en WajongWerkt ten behoeve van de matching tussen vacature en kandidaat.

Daarnaast is er voorgesteld om de administratieve kant van het traject wat te vereenvoudigen of te versoepelen. Verschillende re-integratiebedrijven zijn er tegenaan gelopen dat heel strikt wordt gekeken of het traject wel na toekenning van de voucher is gestart. Om de ondernemer zo snel mogelijk te adviseren is het soms prettiger om direct na de aanvraag het adviestraject te starten. Ook vinden sommige re-integratiebedrijven dat ondernemers nu te veel moeten worden lastig gevallen met het ondertekenen van documenten.

Naast verbeteringen en aanpassingen van de voucher is ook een aantal suggesties gedaan om de effectiviteit van de pilot verder te vergroten. Zo merkt een tweetal re-integratiebedrijven op dat ze ervaring hebben met het uitvoeren van onderzoeken in bedrijven uit de zelfde bedrijfstak/sector (bijvoorbeeld sportscholen, bandenbedrijven). Dan blijkt dat bij vergelijkbare bedrijven voor een belangrijk deel dezelfde werkzaamheden worden gevonden die tot een Wajongfunctie kunnen worden samengevoegd. Door deze ervaring te delen met andere re-integratiebedrijven kunnen de onderzoeken veel sneller en gerichter worden uitgevoerd (en is een uitgebreid Wajong Adviestraject minder snel nodig). Ook zouden de uitkomsten kunnen worden gecommuniceerd naar partijen op sectorniveau (bijvoorbeeld brancheverenigingen). Die verenigingen kunnen dan de informatie gebruiken om bijvoorbeeld in de eigen sector vorm te geven aan cao-afspraken over het inzetten van Wajongers.

Een aanpassing die vanuit de gebruikers heel veel is genoemd is dat er kritisch moet worden gekeken naar de rol van de re-integratiebedrijven bij de voucher en de mate

waarin en de manier waarop zij daar voor beloond worden. Ze vinden dat de re-integratiebedrijven hun geld te makkelijk kunnen verdienen met de Wajong Adviesvoucher. Re-integratiebedrijven zouden geen €2.500,- moeten krijgen voor trajecten in kleine bedrijven, waar een snelle en simpele analyse volstaat. Andere gebruikers vinden dat re-integratiebedrijven pas zouden mogen worden uitbetaald wanneer ze een plaatsing realiseren. Nu hebben de gebruikers het idee dat het re-integratiebedrijf hen halverwege in de steek laat (omdat ze geen kandidaten aanleveren), terwijl ze wel volledig worden betaald.

Aanpassing van de doelgroep is een laatste wijziging die door de respondenten is genoemd. De voucher zou zich meer moeten richten op juist de bedrijven die nog niet bekend zijn en affiniteit hebben met Wajongers. Tot op heden hebben in hun ogen vooral de toch al 'Wajongvriendelijke' bedrijven meegedaan met de voucher. Ook de non-profitsector (bijvoorbeeld overheid en zorg) is een belangrijke nieuwe doelgroep voor de voucher. Tot op heden stond de regeling niet echt open voor deze groep. De verwachting is echter dat juist in deze non-profitorganisaties veel mogelijkheden liggen voor het creëren van Wajongfuncties.

Een aantal re-integratiebedrijven vindt voortzetting van de Wajongvoucher niet zinvol. De meerwaarde van het instrument ten opzichte van andere bestaande methoden is volgens hen te beperkt. Er zijn wat hen betreft effectievere middelen in te zetten. Het uitvoeren van een uitgebreide bedrijfsanalyse is als instrument te beperkt. Het voorziet maar in een deel van de vragen en behoeften die werkgevers hebben ten aanzien van de Wajong(ers).

Met het geld dat aan de voucher wordt besteed zouden volgens hen beter andere instrumenten kunnen worden ingezet. Als voorbeeld wordt genoemd een voucher die bedrijven meer breed kunnen inzetten voor het verkrijgen van Wajongadvies. Ze kunnen voor dat bedrag dan een aantal uur een jobcoach of arbeidsdeskundige van een re-integratiebedrijf inhuren. Naast het uitvoeren van een bedrijfsanalyse (zoals nu met de voucher), zouden ze ook hulp kunnen verschaffen bij het oplossen van knelpunten rond Wajongers die al in het bedrijf werkzaam zijn (bijvoorbeeld die op een verkeerde functie zitten), bij het uitwerken van een mogelijke Wajongfunctie die de werkgever zelf al voor ogen heeft, of om nader advies te geven over hoe de organisatie Wajongvriendelijker gemaakt kan worden.

Daarnaast wordt als suggestie gedaan om veel breder in te zetten op het vergroten van de kennis over de Wajong(ers) onder de werkgevers. Met de voucher wordt maar een heel klein deel van de werkgevers bereikt. Beter is het om op veel grotere schaal bekend te maken wat Wajongers kunnen en wat de voordelen en mogelijkheden zijn voor werkgevers om Wajongers aan te nemen. Als werkgevers dat inzien kunnen ze vervolgens zelf contact opnemen met een re-integratiebedrijf dat voor hen aan de slag gaat. Het is in ieder geval belangrijk dat werkgevers – sneller en beter dan nu – informatie kunnen vinden over de Wajong. De informatie is nu nog erg versnipperd en het vraagt veel tijd om de informatie te vinden. Het opzetten van een website over de Wajong (de ontwikkelingen in de wetgeving, ondersteuningsmogelijkheden voor werkgevers die Wajongers aannemen, mogelijke functies et cetera) is hier een mogelijke oplossing voor.

6. SAMENVATTENDE CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

6.1 Inleiding

In dit afsluitende hoofdstuk presenteren we de samenvattende conclusies die kunnen worden getrokken op basis van de resultaten die in de voorgaande hoofstukken zijn gepresenteerd. Bovendien doen we richting de opdrachtgever enkele aanbevelingen.

6.2 Samenvattende conclusies

Effectiviteit

De resultaten van dit onderzoek laten zien dat de Wajong Adviesvoucher een effectief instrument is gebleken. Belangrijke doelen zijn tijdens de pilotperiode gerealiseerd. Zo zijn alle 1.000 beschikbaar gestelde vouchers uitgegeven. Daarnaast wordt met behulp van de voucher bij een ruime meerderheid van de geraadpleegde gebruikers aangetoond dat er passende functies kunnen worden gecreëerd voor Wajongers. Ruim een kwart van de geraadpleegde gebruikers heeft inmiddels een Wajonger gezocht en in dienst genomen. De voucher blijkt daarmee in opzet een goed instrument om de door de overheid gewenste uitstroom van mensen uit de Wajong mede vorm te geven.

De effectiviteit van het in opzet goede instrument wordt in de praktijk echter ingeperkt door het feit dat een aanzienlijk deel van de verstrekte vouchers uiteindelijk toch niet is gebruikt. De aanvragers hebben om verschillende redenen niets met de voucher gedaan. In de door ons onderzochte groep gebruikers lag het niet-gebruik op 26%. Hoeveel dat bij de totale groep van 1.000 vouchers is, kon nog niet worden vastgesteld. De effectiviteit wordt daarnaast ook ingeperkt door het feit dat een deel van de organisaties – waar wel mogelijkheden voor Wajongers geconstateerd zijn – (voorlopig) niet overgaan tot het werven en aannemen van een Wajonger. Vooral de moeilijke en onzekere economische situatie speelt hierbij een rol.

Inhoud en toepassing van het instrument

De Wajong Adviesvoucher wordt door gebruikers en re-integratiebedrijven gezien als een inhoudelijk goed instrument. Een belangrijke meerwaarde van de voucher – zoals die door veel re-integratiebedrijven en gebruikers is genoemd – is dat het instrument uitgaat van de werkgever. Werkgevers kunnen vrijblijvend een breed bedrijfsonderzoek laten uitvoeren en zo verkennen wat hun wensen en mogelijkheden zijn wat betreft het plaatsen van een Wajonger. Het is hierdoor een goed instrument om binnen te komen bij bedrijven en belemmeringen en vooroordelen weg te nemen die het aannemen van een Wajonger nu vaak nog in de weg staan.

De gehanteerde methode van het jobcarven (het zoeken en samenvoegen van taken tot een voor de Wajonger geschikte functie) is voor de meeste re-integratiebedrijven niet nieuw. Het is echter wel nieuw om deze methode 'open' en organisatiebreed toe te passen, zonder vooraf al een specifieke Wajonger voor ogen te hebben. Hierdoor komen vaak meer en ook andere/nieuwe plaatsingsmogelijkheden naar voren.

De toepassing van de voucher in de praktijk is ook goed verlopen. Zowel gebruikers als re-integratiebedrijven hebben positieve ervaringen met het doorlopen van het advies-traject en de onderlinge samenwerking. In het begin was het voor de re-integratiebedrijven wel wat lastig om de theorie van het jobcarvingmodel aan te laten sluiten bij de praktijk van met name de kleine bedrijven. In de loop van de tijd hebben de re-integratiebedrijven echter een passende aanpak gevonden, waarbij ze het aangereikte stappenplan en de formats (voor de rapportage) hebben aangevuld en aangepast op basis van eigen inzichten en deskundigheid.

Er is echter ook kritiek geuit op de Wajong Adviesvoucher. Zo wordt opgemerkt dat het instrument vooral voor gebruik in kleine organisaties erg 'zwaar' en duur is. Een ander knelpunt is dat het erg lastig is gebleken om de Wajong Adviesvoucher op grote schaal 'aan de man te brengen'. Het is volgens de re-integratiebedrijven erg moeilijk om ondernemers te interesseren om echt met de voucher aan de slag te gaan. Veel ondernemers ervaren drempels om de voucher aan te vragen en in te zetten, zoals de onzekere economische situatie en de vooroordelen over de (mogelijkheden van de) Wajongers. Daarnaast speelt de grote onbekendheid van het instrument een belangrijke rol.

Deze onbekendheid is volgens re-integratiebedrijven voor een belangrijk deel te wijten aan het ontbreken van een goede, actieve en gerichte informatiestrategie vanuit het ministerie van SZW. Hierdoor is de kans blijven liggen om ondernemers op grote schaal te bereiken. De re-integratiebedrijven en gebruikers vinden het goed dat het ministerie halverwege de pilotperiode heeft besloten om wel actief in te zetten op de informatievoorziening. De timing (te laat) en gekozen vorm (radiospotjes) laat echter wel te wensen over, aldus de re-integratiebedrijven. De re-integratiebedrijven hebben nu zelf het grootste deel van werving moeten doen, maar het is lastig gebleken om grote groepen te bereiken.

Vervolgtraject

De werving en plaatsing van Wajongers maakt bewust geen deel uit van het vouchertraject. Dit is goed vanuit het oogpunt van vrijblijvendheid voor de ondernemers. De scheiding van het advies- en het vervolgtraject wordt in de praktijk door gebruikers echter vaak als knelpunt ervaren. Het merendeel van de gebruikers – waar Wajongprofielen zijn opgesteld – wil namelijk graag op zoek naar een Wajonger. De werving van kandidaten verloopt in veel gevallen echter moeizaam. Dit komt doordat er in het vervolgtraject onvoldoende afstemming is tussen de verschillende betrokken partijen. Zowel gebruikers als re-integratiebedrijven lopen tegen problemen aan. Re-integratiebedrijven merken dat het lastig is om passende en geïnteresseerde kandidaten te vinden. Vooral de toestroom van kandidaten vanuit het UWV/Wajong Werkt functioneert niet goed. De gebruikers hebben het gevoel dat het re-integratiebedrijf ze in

de steek heeft gelaten. Hoewel er vanuit de voucher geen inspanningsverplichting in het vervolgtraject bestaat voor de re-integratiebedrijven, vertrouwen de gebruikers de werving van kandidaten volledig toe aan de re-integratiebedrijven. Als die lange tijd niet met kandidaten komt bestaat de kans dat gebruikers stoppen met het zoeken naar Wajongers. Dit is in de praktijk bij verschillende organisaties gebeurd.

Ervaringen met de geplaatste Wajongers

Ruim een kwart van de geraadpleegde gebruikers heeft het advies- en vervolgtraject volledig doorlopen en afgesloten met het aannemen van een Wajonger. De ervaringen met de Wajongers zijn wisselend. In een deel zijn de ervaringen slecht (slecht presteren, diefstal, ontslag genomen), is de Wajonger alweer weg uit de organisatie en hebben de gebruikers geen zin/behoefte meer om een nieuwe Wajonger aan te nemen. In de meerderheid van de gevallen zijn de ervaringen echter positief. Hoewel de ondernemers wat moeten wennen aan het werken met de (beperking van de) Wajongers, zijn ze tevreden over hun nieuwe werknemer en zijn in principe bereid om hen ook op langere termijn in dienst te houden. De meeste geraadpleegde Wajongers hebben een jaarcontract gekregen. Daarmee lijken de werkgevers serieuze plannen te hebben met 'hun' Wajonger. In hoeverre de plaatsingen echt duurzaam zijn is nu – zo kort na afloop van de pilot – echter nog niet goed te zeggen.

Ervaringen van de geplaatste Wajongers

De geraadpleegde Wajongers zijn over het algemeen tevreden met hun baan. De ruime meerderheid gaat met plezier naar hun werk, vindt dat de functie goed aansluit bij hun mogelijkheden en dat het werk voldoende uitdaging biedt. Ook zijn ze tevreden over de begeleiding die ze krijgen en over hun relatie met de collega's. Een belangrijke constatering is dat de Wajongers – die al eerder betaald werk hebben gedaan – in meerderheid (79%) aangeven dat deze functie beter bij hen past dan andere banen die ze hebben gehad. Het jobcarven zorgt daarmee daadwerkelijk voor functies die beter zijn toegesneden op de mogelijkheden van de Wajongers.

6.3 Aanbevelingen

Op basis van de uitkomsten van het onderzoek willen we richting de opdrachtgever de volgende aanbevelingen doen.

Aanbeveling 1

Houd een Wajonginstrument in stand dat specifiek op werkgevers is gericht.

Toelichting

Het onderzoek laat zien dat de Wajong Adviesvoucher een belangrijke meerwaarde heeft gehad als instrument, omdat het – in tegenstelling tot andere instrumenten – niet aanbodgericht (aanbod van Wajongers) maar vraaggericht (personeelsbehoefte van werkgevers) was op de werkgevers. De werkgever staat centraal. De voucher biedt de werkgevers de mogelijkheid om vrijblijvend te onderzoeken welke mogelijkheden er zijn voor het plaatsen van een Wajonger in de organisatie en welke voordelen dat kan

hebben. Het heeft bij werkgevers vooroordelen en drempels weggehaald die het aannemen van een Wajonger in de weg stonden. Door de organisatie (werkgever) als uitgangspunt te nemen hebben re-integratiebedrijven bovendien meer en ook andere functies voor Wajongers blootgelegd, dan wanneer ze zijn uitgegaan van de wensen en mogelijkheden van een specifieke Wajonger.

Aanbeveling 2

Zet (bij een eventueel vervolg) in op een veel actievere en gerichtere communicatie over het instrument.

Toelichting

Wanneer besloten wordt tot het voortzetten van de Wajongvoucher of een afgeleid instrument is het van groot belang om te zorgen voor een actieve en een goed doordachte, doelgerichte informatievoorziening. Het is in de pilotperiode heel moeilijk gebleken om de voucher aan de man te brengen. Dit kwam doordat het instrument erg onbekend was en organisaties moeilijk te prikkelen waren om de voucher te gebruiken. Om te kunnen garanderen dat de voucher effectief als instrument wordt gebruikt is het belangrijk dat het bekendheid geniet. Er moet niet alleen goed worden nagedacht over hoe het instrument op het netvlies komt van werkgevers, maar ook over hoe er gezorgd kan worden dat werkgevers zich aangesproken en ‘getriggerd’ voelen om er mee aan de slag te gaan.

Aanbeveling 3

Betrek actief andere organisaties – zoals brancheorganisaties – bij het uitventen van de voucher.

Toelichting

Bij het uitdenken en realiseren van de bij aanbeveling 2 genoemde informatievoorziening zouden ook andere partijen – zoals brancheorganisaties en MKB-Nederland – actief betrokken kunnen/moeten worden. Zij zijn vaak in staat de werkgevers veel gerichter en directer te bereiken. Re-integratiebedrijven hebben in ieder geval aangegeven ook mee te willen denken over het vormgeven van een goede en passende informatievoorziening.

Aanbeveling 4

Focus bij het inzetten van het instrument in het bijzonder op bepaalde sectoren/typen bedrijven.

Toelichting

Sommige organisaties en sectoren bieden meer mogelijkheden voor het creëren van functies van Wajongers dan andere. De hangt ondermeer samen met de omvang van organisaties en de beschikbaarheid van elementaire taken/werkzaamheden. Het is zinvol om de voucher vooral in te zetten in de sectoren en typen organisaties waar de meeste successen kunnen worden behaald. Daarbij kan gebruik gemaakt worden van de leerervaringen die de re-integratiebedrijven (bijvoorbeeld tijdens de voucher) opdoen.
De leerervaringen kunnen ook worden gebruikt om bijvoorbeeld brancheorganisaties te

benaderen en te informeren over de mogelijkheden voor het creëren van Wajongfuncties in hun sector. Op die manier kunnen de sectoren onder andere ondersteund worden in het realiseren van hun cao-afspraken met betrekking tot het plaatsen van Wajongers.

Bij een vervolg zou de voucher ook meer gericht kunnen worden op de non-profitsectoren. Die zijn tot op heden nog buiten beeld bleven, maar bieden naar verwachting van de re-integratiebedrijven wel veel mogelijkheden.

Aanbeveling 5

Ontwikkel naast de bestaande voucher ook een light versie.

Toelichting

Mocht besloten worden tot het voortzetten van de voucher, dan is het zinvol om te differentiëren in de waarde van de voucher. De huidige vorm van het Wajong Adviestraject is voor toepassing in kleine organisaties te zwaar en te duur. Een korter onderzoek voor minder geld zal kunnen volstaan.

Aanbeveling 6

Maak een betere verbinding tussen het Wajongvoucher Adviestraject en het traject van werving en plaatsing.

Toelichting

Het Wajongadviestraject was tijdens de pilot losgekoppeld van het wervings- en plaatsingstraject. Dit is begrijpelijk vanuit de keuze voor een vrijblijvend karakter van de voucher. In de praktijk levert het echter verwarring en onbegrip op. Bedrijven die graag willen doorpakken ervaren als drempel dat ze na adviesrapport niet automatisch verder geholpen worden bij zoeken naar een kandidaat. Ze vinden dat het zoeken naar een kandidaat (te) lang duurt en snappen niet waarom het re-integratiebedrijf niet met kandidaten komt. De re-integratiebedrijven hebben geen verplichting in het vervolgtraject en zetten daarom niet altijd actief in op het vinden van een kandidaat als ze vanuit hun eigen bestand geen passende kandidaat kunnen vinden.

Aanbeveling 7

Werk met partners – zoals UWV en de re-integratiebedrijven – aan een betere organisatie van het traject van werving en plaatsing.

Toelichting

Met het Wajongadviestraject wordt gerealiseerd dat heel gericht functies worden gecreëerd voor Wajongers. Het blijkt echter heel lastig om die functies ook heel gericht te koppelen aan een Wajonger. Dit komt door het niet goed functioneren van het werving- en plaatsingstraject. Om de resultaten van de Wajong Adviesvoucher (specifieke Wajongfuncties) te kunnen verzilveren is het daarom belangrijk dat het wervingstraject wordt verbeterd. Er is behoefte aan een betere koppeling tussen het aanbod van Wajongers in de bestanden van UWV en de beschikbare functies. Via Wajong Werkt zouden alleen Wajongkandidaten moeten kunnen reageren op de Wajongfuncties.

Aanbeveling 8

Zet het instrument pas in wanneer sprake is van (een verwachte) toename van vraag naar personeel.

Toelichting

Het onderzoek laat zien dat ondernemers veelal alleen kijken naar de korte termijn. Het helpt daarom niet om te zeggen dat de voucher een oplossing biedt voor het komend personeelstekort, terwijl ze nu hoofd boven water moeten houden. Een onzekere economische situatie en het ontbreken van een behoefte aan personeel zijn belangrijke reden dat ondernemers de voucher niet gebruiken of het traject vroegtijdig afbreken. Bij een voortzetting van de voucher is het zinvol om het instrument alleen in te zetten op momenten of in situaties waarin er sprake is van een (verwachte) toename van de vraag naar personeel. Dit zal per sector verschillen.

Aanbeveling 9

Maak het instrument gebruiksvriendelijker door de besluitvormingstermijn te verkorten.

Toelichting

Vanuit re-integratiebedrijven is als knelpunt opgemerkt dat ze het adviestraject pas konden starten als de voucheraanvraag daadwerkelijk was goedgekeurd. Omdat de besluitvorming enige weken op zich kon laten wachten, konden ze niet direct inspringen op de behoefte van een ondernemer aan een Wajongvoucheronderzoek. Om het instrument effectief en snel in te kunnen zetten en te voorkomen dat ondernemers vroegtijdig afhaken (omdat ze moeten wachten) is het aan te raden om de besluitvormingstermijn waar mogelijk in te korten.

LITERATUUR

Bureau Bartels, 2010

Monitor Pilot Wajong Advies Voucher; eerste meting, Amersfoort

Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid, 2010

Informatiemap ten behoeve van de opleidingsdag voor re-integratiebedrijven in het kader van de Pilot Wajong Advies Voucher, Den Haag

Raad voor Werk en Inkomen, 2010

Wajongers op de werkvloer; inpassing en acceptatie van jonggehandicapten in bedrijven, Den Haag

Raad voor Werk en Inkomen, 2009

Kansrijk werken met Wajongers, Advies om de matchingsvoorwaarden tussen werkgevers en Wajongers te verbeteren, Den Haag

Raad voor Werk en Inkomen, 2009

Onderzoek onder werkgevers naar de mogelijkheden voor verbetering van de arbeidsparticipatie van Wajongers, Den Haag

WhatWorks, 2009

Tussen nieuw denken en nieuw doen; verkenning van attitude rond Wajong, Zoetermeer

BIJLAGE I GOEDE PRAKTIJKEN

Stichting Wielewaal

Vestigingsplaats:	Hilversum
Aantal medewerkers:	16
Activiteiten:	Organiseert vakanties en kinderthemaweken voor kinderen en jongeren met een beperking.
Status Wajongtraject:	Traject afgerond, een Wajongers geplaatst
Re-integratiebedrijf	Sherpa VoorWerk

Achtergrond organisatie

Wielewaal is in 1977 opgericht als nieuwe organisatie voor vakanties voor een speciale doelgroep; (lichamelijk) gehandicapte kinderen en jongeren. Daarvoor was vanaf ca. 1948 de organisatie actief onder de naam "Het Vierde Prinsenkind" en bestemd voor de doelgroep oorlogswezen. Deze organisatie had hetzelfde doel, vakanties organiseren, maar in de loop van de tijd is de doelgroep uitgebreid en toegespitst. De missie is om aan kinderen en jongeren met een beperking tot 35 jaar mogelijkheden voor een leuke vakantiebesteding aan te bieden. Daarvoor organiseert Stichting Wielewaal vakanties, logeerweekenden en dagopvang (kinderthemaweken en weekendopvang) voor kinderen en jongeren met een beperking. De activiteiten worden begeleid door enthousiaste vrijwilligers.

Wajong Adviesvoucher

Wielewaal is via een reclamespotje op de radio op de hoogte geraakt van het bestaan van de Wajong Adviesvoucher en heeft zelf het initiatief genomen om de voucher aan te vragen. De heer Engelen is positief over het instrument *“het biedt kansen om Wajongers aan het werk te krijgen. Een bedrijf gaat zelf niet investeren om een Wajonger aan te nemen”.* Wel was de informatievoorziening over het hoe en wat van de Wajong Adviesvoucher wat onduidelijk, *“het was onvoldoende duidelijk wat het einddoel van het traject was. Wat je nu echt als eindproduct kon verwachten”*.

Binnen Wielewaal was er al ervaring met het werken met Wajongers, aangezien de doelgroep van Wielewaal onder andere Wajongers betreft. Ook heeft er al eenmaal een Wajonger als stagiair bij Wielewaal gewerkt. Deze ervaring leerde *“dat een Wajonger best in de organisatie zou passen en klussen zou kunnen overnemen zodat anderen weer een interessanter pakket zouden kunnen hebben”.* Voordat men een definitieve keuze wilde maken om een Wajonger in dienst te nemen was men benieuwd naar het advies van een onafhankelijke organisatie hierover. De Wajong Adviesvoucher was daarvoor dan ook een uitgelezen mogelijkheid.

Aanvraagprocedure

Wielewaal heeft de aanvraag voor de voucher zelf verzorgd. De aanvraagprocedure is zeer voorspoedig verlopen. Na het aanvragen van de voucher is men op zoek gegaan naar een re-integratiebedrijf die het adviestraject uit zou kunnen voeren.

Wajong Adviestraject

Er is gekozen om het Adviestraject uit te laten voeren door Sherpa VoorWerk. Deze zat het dichtst in de buurt en daardoor werd verwacht dat deze het beste regionale netwerk zou hebben. Het Adviestraject is als zeer positief ervaren. Sherpa VoorWerk heeft in totaal vier bezoeken gebracht aan Wielewaal. Het eerste bezoek stond in het teken van de wederzijdse kennismaking en zorgde voor een "*verhelderende en goede start*" van het traject. Vervolgens zijn er een tweetal bezoeken geweest waarin het daadwerkelijke bedrijfsonderzoek plaats vond. Daarbij heeft men eerst de organisatiestructuur en -cultuur besproken om een eerste idee te krijgen waar in de organisatie plek zou zijn voor een Wajonger. Vervolgens is via een rondgang in het bedrijf, een uitgebreide taakanalyse en gesprekken met verschillende leidinggevenden en werknemers meer nauwkeuring in kaart gebracht waar de mogelijkheden lagen voor het plaatsen van Wajongers. Het uiteindelijke adviesrapport is in een persoonlijk gesprek besproken.

Uitkomst Wajong Adviestraject

Uit het Wajong Adviestraject is naar voren gekomen dat er mogelijkheden zijn voor Wajongers binnen de organisatie. Er is in totaal één wajongprofiel opgesteld. Hier zet de heer Engelen wel een kritische noot bij, namelijk dat *"de profielen die opgesteld worden te algemeen zijn omdat ze open moeten staan voor de Wajong populatie als geheel. Ze mogen niet te specifiek zijn terwijl daar wel behoefte aan is bij potentiële werkgevers*". Uit het onderzoek bleek, zoals de heer Engelen zelf al had verwacht, dat er mogelijkheden waren voor een Wajonger op de afdeling administratie.

Plaatsingstraject

Het plaatsingstraject is ook door Sherpa VoorWerk verzorgd. Daarbij is er uitsluitend gekeken in het 'eigen' bestand van het re-integratiebedrijf. Het opgestelde profiel stelde relatief hoge eisen aan de kandidaat. Het was hierdoor relatief lastig om een geschikte kandidaat te vinden. Er is uiteindelijk één kandidaat voorgedragen door Sherpa VoorWerk welke goed bleek te passen bij de organisatie. Het proces van het uitbrengen van het eindrapport van het adviestraject tot aan de plaatsing heeft ongeveer vijf weken geduurd. De proefperiode van drie maanden die volgde is door beide partijen positief beoordeeld, wat geresulteerd heeft in een jaarcontract. De verwachting is dat dit binnenkort met een jaar verlengd gaat worden.

Ervaringen met werkzame Wajongers

De heer Engelen is positief over het werken met de aangenomen Wajonger. Hij geeft aan dat er wel extra aandacht en begeleiding nodig is. "*Je dient continu alert te zijn op situaties die (potentieel) stressverhogend zijn*. *Het is namelijk erg belangrijk voor de persoon die bij ons werkzaam is dat de omgeving, zowel werk als privé, stabiel is. Hij moet zich prettig en veilig voelen"*. Wel merkt de heer Engelen op, dat de persoon als reguliere werknemer niet zou voldoen. Daarvoor is er te veel tijd voor begeleiding nodig.

Ook de ervaringen van de Wajonger zelf zijn positief. Het is zijn eerste betaalde baan. Hij verricht ondersteunende werkzaamheden op de administratie, zoals post verwerken, kopieerwerkzaamheden en gegevens invoeren in de computer. Hij geeft aan dat de sfeer erg goed is en het werk leuk. "*In het begin was het voor beide kanten nog wel even*

wennen, maar nu houdt iedereen rekening met mijn beperking" aldus de heer Van Groenesteijn. Het werk sluit ook goed aan bij zijn mogelijkheden. Een zeer positief verhaal dus!

Met dank aan:
De heer Engelen, Hoofd bedrijfsvoering
De heer Van Groenesteijn, Administratief assistent

Kwekerij Heinen

Vestigingsplaats: Soest
Aantal medewerkers: 3
Activiteiten: Kwekerij van siergrassen en vaste planten
Status Wajongtraject: Traject afgerond, twee Wajongers geplaatst
Re-integratiebedrijf Jobstap

Achtergrond bedrijf

Kwekerij Heinen is een kwekerij met een ruim assortiment aan siergrassen en vaste planten. Deze planten leveren ze aan iedereen die er belangstellig voor heeft; van particulieren tot tuincentra en exportbedrijven. Kwekerij Heinen is onder andere gespecialiseerd in het maken van mixkarren voor tuincentra. De klant kan deze karren zelf samenstellen uit het ruime aanbod. Er kan snel worden geleverd, waardoor de klant geen grote voorraad hoeft aan te houden. Op vrijdag en zaterdag is Kwekerij Heinen ook geopend voor particuliere grasliefhebbers.

Wajong Adviesvoucher

Kwekerij Heinen is via het re-integratiebedrijf Jobstap op de hoogte geraakt van het bestaan van de Wajong Adviesvoucher. De heer Heinen geeft aan dit een mooi aanbod was om eens te kijken of er plaats was voor een Wajonger in onze organisatie en om zo eventueel een Wajonger aan werk te helpen. Het sterke punt van de Wajongvoucher is volgens hem dat dit instrument een eyeopener kan zijn voor werkgevers en dat het een positief effect zou kunnen hebben op de beeldvorming rond Wajongers. "*Het is zonde als die mensen niet aan het werk komen. Wajongers kunnen veel betekenen voor een organisatie en de Wajong Adviesvoucher kan bijdragen om Wajongers aan de slag te krijgen bij ondernemers*", aldus de heer Heinen. Naast kansen voor Wajongers kan het aannemen van een Wajonger ook kansen bieden voor de werkgever. De heer Heinen geeft aan dat Wajonger financieel aantrekkelijke medewerkers zijn*. "Na een aantal mindere jaren kunnen we nu in bepaalde periodes goed wat extra handen gebruiken en een Wajonger kan dan een uitkomst zijn".*

Aanvraagprocedure

Samen met Jobstap heeft de heer Heinen de voucher aangevraagd bij Agentschap NL. De aanvraag was in drie weken rond, dus men kon snel aan de slag met het verdere traject.

Wajong Adviestraject

Het Wajong Adviestraject bij Kwekerij Heinen is zeer goed verlopen. Vooraf is door re-integratiebedrijf Jobstap duidelijk uitgelegd hoe het traject eruit zou zien, wat ze van Jobstap konden verwachten en welke inzet en inbreng vanuit Kwekerij Heinen zelf werd verwacht. In totaal hebben vier bezoeken plaatsgevonden bij Kwekerij Heinen, waaronder een introductiebezoek, een bedrijfsbezoek en een contactmoment om het adviesrapport te bespreken. Tijdens het bedrijfsbezoek heeft men een middag rondgekeken op het

bedrijf en de arbeidsprocessen uitgebreid in kaart. Op die manier is achterhaald waar Wajongers eventueel voor kunnen worden ingezet bij de kwekerij. Volgens de heer Heinen is het onderzoek heel kundig uitgevoerd en ook over de prettige samenwerking met het re-integratiebedrijf was de heer Heinen te spreken.

Uitkomst Wajong Adviestraject

Uit het Wajong Adviestraject is naar voren gekomen dat er mogelijkheden zijn voor Wajongers binnen de organisatie. Er zijn maar liefst vijf Wajongprofielen opgesteld voor algemeen medewerkers. De heer Heinen geeft aan dat het opgeleverde rapport hem inzicht heeft gegeven in zaken waar je normaal niet zo bij stil staat. "*Het geeft een ander zicht op je bedrijf en de mogelijkheden die Wajongers hier mogelijk hebben*".

Plaatsingstraject

Na de uitvoer van het Wajong Adviestraject heeft Jobstap ook de werving van Wajongers voor Kwekerij Heinen verzorgt. Daarbij is zowel in hun eigen bestand als dat van een ander re-integratiebedrijf gezocht naar geschikte kandidaten. In totaal zijn vier kandidaten voorgedragen waarvan er twee binnen een dag vertrokken omdat het werk ze niet beviel. De andere twee zijn gebleven. Na een proefperiode van drie maanden zijn zij zo goed bevallen dat beide jongens inmiddels een jaarcontract hebben ontvangen.

Ervaringen met werkzame Wajongers

Het is voor Kwekerij Heinen de eerste keer dat er Wajongers in dienst zijn en dat is tot nu toe goed bevallen. "*Beide jongens hebben wel verantwoordelijkheidsgevoel, waardoor we goed met ze kunnen werken*", aldus de heer Heinen. Wel geeft de heer Heinen aan dat het werken met Wajongers een aparte benadering vereist. "*Je moet deze jongens anders benaderen dan andere werknemers. Dus niet aansporen om het werk snel te doen, maar zorgen dat ze de tijd krijgen om het werk goed en nauwkeurig uit te voeren*", aldus de heer Heinen. Het belang van een andere benadering was van te voren goed besproken met het re-integratie bedrijf, dus het kwam niet als een verrassing. Wel zou de heer Heinen het prettig vinden als er een soort richtlijn zou bestaan voor hoe je om kan gaan met deze groep werknemers.

Toekomst

Er zijn nu twee Wajongprofielen ingevuld, en er is besloten het daar voorlopig bij te laten en de overige drie profielen niet in te vullen. "*Het vraagt toch wat extra tijd en energie en meer dan twee Wajongers zou op dit moment een te grote druk leggen op het bedrijf*", aldus de heer Heinen. Daarnaast is er voldoende personeel in dienst om het werk aan te kunnen.

Voor Kwekerij Heinen is de Wajong Adviesvoucher heel zinvol geweest. Dit type bedrijf bleek een geschikte omgeving voor Wajongers en dat inzicht heeft de heer Heinen ook gedeeld met andere kwekers bij de jaarvergadering van de Vereniging van Vasteplantenkwekers. De heer Heinen: "*Wajongers kunnen veel betekenen voor een organisatie. Het is zonde als deze mensen niet aan het werk komen. De Wajong Adviesvoucher kan helpen om Wajongers aan de slag te krijgen bij werkgevers".*

Met dank aan:

De heer Heinen, Directeur-eigenaar van Kwekerij Heinen

Vriesco International Fabrics

Vestigingsplaats:	Leeuwarden
Aantal medewerkers:	110
Activiteiten:	Decoratiespecialist in op maat gemaakte gordijnen
Status Wajongtraject:	Traject afgerond, een Wajonger geplaatst, Wajonger weer weg
Re-integratiebedrijf	Baanplus (uitvoering onderzoek) en Refrisk (aanvraag)

Achtergrond bedrijf

'A House of Happiness' is een decoratiespecialist in op maat gemaakte gordijnen. Ze bieden een modieuze collectie decoratiestoffen, geleverd uit voorraad, een geautomatiseerde bestelformule, een eigen atelier voor levering van op maat gemaakte gordijnen. De overkoepelende organisatie van A House of Happiness is Vriesco International Fabrics. Het bedrijf – opgericht in 1948 – telt 110 medewerkers. Het hoofdkantoor is gevestigd in Leeuwarden. Daarnaast heeft de organisatie vier showrooms in Nederland en een kantoor in Antwerpen. In elke showroom wordt de volledige collectie getoond. Vanuit de showrooms krijgen de retailers – die de klanten vormen van Vriesco – indien gewenst begeleiding en deskundig collectie- en trendadvies. De organisatie beschikt over de nieuwste technologieën, maar heeft ook mensen in huis die ambachtelijke stoftechnieken beheersen.

Wajong Adviesvoucher

Vriesco International Fabrics is via het re-integratiebedrijf Refrisk op de hoogte geraakt van het bestaan van de Wajong Adviesvoucher. Toen Refrisk belde was Yvonne Rowlands – hoofd Personeel en Organisatie bij Vriesco – meteen enthousiast. *"We wilden al veel langer eens kijken of we Wajongers een plek in onze organisatie zouden kunnen geven. Het plan bleef alleen steeds maar op de plank liggen, omdat we niet goed wisten hoe we dat het beste zouden kunnen aanpakken. Met de Wajong Adviesvoucher kregen we opeens wel de mogelijkheid aangereikt om eens vrijblijvend te laten onderzoeken welke mogelijkheden er voor Wajongers bij ons zijn",* aldus mevrouw Rowlands.

Aanvraagprocedure

Refrisk heeft zorg gedragen voor de aanvraag van de Wajong Adviesvoucher voor Vriesco. De organisatie kan daarom geen duidelijk oordeel geven over de aanvraagprocedure. Wel weet mevrouw Rowlands dat het niet lang heeft geduurd voordat ze vanuit AgentschapNL hoorden dat de aanvraag was goedgekeurd. Ze konden dus snel met de voucher aan de slag.

Wajong Adviestraject

Het Wajong Adviestraject bij Vriesco is – naar de ervaring van mevrouw Rowlands – heel goed verlopen. Vooraf is door Baanplus duidelijk uitgelegd hoe het traject eruit zou zien.

In totaal heeft het re-integratiebedrijf drie bezoeken gebracht aan Vriesco. Het eerste bezoek stond in het teken van de wederzijdse kennismaking. Tijdens het tweede bezoek vond het daadwerkelijke onderzoek plaats. Na een rondgang in het bedrijf, een uitgebreide taakanalyse en gesprekken met verschillende leidinggevenden en werknemers is in kaart gebracht waar eventueel de mogelijkheden liggen voor het plaatsen van Wajongers in de organisaties. Na een nadere analyse van de resultaten van het bedrijfsbezoek heeft de arbeidsdeskundige van Baanplus zijn bevindingen vastgelegd in een adviesrapport. Dit adviesrapport is tijdens een derde bezoek besproken. Alle drie de bezoeken worden door Vriesco als heel zinvol en prettig beoordeeld. Mevrouw Rowlands: *"De arbeidsdeskundige van Baanplus was een erg enthousiaste en gedreven man. Hij kwam net van de opleiding en ging vol vuur aan de slag met ons traject. Hij heeft het onderzoek snel en voortvarend opgepakt en had heel snel een goed inzicht in onze werkzaamheden en onze wensen"*. Het hele traject kon in ongeveer drie maanden worden afgerond.

Uitkomst Wajong Adviestraject

Uit het Wajong Adviestraject is naar voren gekomen dat er inderdaad mogelijkheden zijn voor Wajongers. Er zijn in totaal zelfs vier Wajongprofielen opgesteld, in het magazijn, de expeditie, het atelier en bij de klantenservice. Het laatste profiel is overigens alleen geschikt voor mensen met uitsluitend een fysieke beperking.

Plaatsingstraject

De organisatie heeft besloten om direct twee van de vier profielen in te vullen. Voor een derde profiel hebben ze een langdurig werkloze ingezet. Voor de functie op de klantenservice wordt (mogelijk) een Wajonger gezocht, wanneer er een vacature ontstaat. "*Het werven en plaatsen van Wajongers maakt officieel geen deel uit van het Wajongtraject, maar gelukkig wilde Baanplus dit geheel voor ons verzorgen*". De arbeidsdeskundige heeft meerdere kandidaten voorgedragen en heeft hen begeleid tijdens sollicitatiegesprekken.

Ervaringen met Wajonger

Inmiddels hebben drie Wajongers – na elkaar – een tijdje bij Vriesco gewerkt, maar helaas bleken alle drie niet de juiste match voor het bedrijf. Eén Wajonger moest vanwege problemen thuis stoppen, één bleek toch te veel beperkt om het profiel goed in te kunnen vullen en eenmaal stond de omgeving van een kandidaat niet achter het besluit om betaald werk te zoeken. De vierde kandidaat is net begonnen en dat lijkt meer veelbelovend. Mevrouw Rowlands: "*Ze werkt hier nu zo'n 14 uur in de week en ze had al wat werkervaring. Daarnaast was ze bijna klaar met het traject bij Baanplus, dus was het extra belangrijk voor haar om een baan te vinden*". De functie die wordt ingevuld is in het atelier, waar de Wajonger zakken moet maken en showbanen op de juiste hoogte van kaartjes en stickers moet voorzien. Volgens mevrouw Rowlands is het vooral zaak om een goede match te vinden waar beide partijen gelukkig mee zijn, maar dit is niet heel makkelijk. Daarnaast geeft ze aan dat het voor een succesverhaal erg belangrijk is dat de Wajonger een rustige thuissituatie heeft. *"De combinatie van stress thuis en de stress van een nieuwe baan is te veel. Dit is voor de meeste mensen al lastig, dus laat staan voor deze groep",* aldus mevrouw Rowlands.

Toekomst

Bij Vriesco is men ondanks een aantal tegenslagen erg gemotiveerd om de juiste match te vinden. Mevrouw Rowlands vindt het erg belangrijk om aandacht aan Wajongers te blijven besteden. "*Deze mensen komen op reguliere wijze nooit aan een baan. Ze kunnen hartstikke waardevol werk leveren, als er een beetje op ze gelet wordt met een sociaal hart. De Wajong Adviesvoucher is een goed middel om met de doelgroep in aanraking te komen*", aldus mevrouw Rowlands.

Met dank aan:

Mevrouw Y.S. Rowlands, Hoofd Personeel en Organisatie Vriesco International Fabrics

Hoka Sieraden

Vestigingsplaats: Enschede
Aantal medewerkers: 6
Activiteiten: Groothandel in sieraden
Status Wajongtraject: Traject afgerond, een Wajonger geplaatst
Re-integratiebedrijf Agens

Achtergrond bedrijf
Hoka Sieraden is een groothandel op het gebied van sieraden. Het bedrijf is de grootste sieraden groothandel van Nederland op het internet. Er staan meer dan 4000 verschillende artikelen online. Daarnaast zijn de producten van Hoka Sieraden ook te bekijken in de showroom in Enschede. Waren die door Hoka Sieraden verkocht worden zijn onder andere; kettingen, armbanden, shawls, tassen, portemonnees, heren armbanden, ringen, haarmode, kindersieraden en bruidshaarmode.

Wajong Adviesvoucher
Hoka Sieraden werkte al samen met re-integratiebedrijf Agens en had zo per toeval al eens een Wajonger in dienst gehad. Dit was goed bevallen en dus bestond er de wens om nogmaals een Wajonger aan te nemen. De Wajong Adviesvoucher bood de uitgelezen kans om eens door een professional te laten onderzoeken wat de mogelijkheden voor Wajongers waren binnen het bedrijf. Op die manier hoopte Hoka een passende functie voor een Wajonger te kunnen samenstellen.

Aanvraagprocedure
De heer De Vos van Hoka Sieraden heeft de aanvraag ingediend. Dit vond hij makkelijk zelf uit te voeren. Ook was al binnen twee weken bekend dat de voucher zou worden toegekend, dus kon men aan de slag met re-integratiebureau Agens.

Wajong Adviestraject
Er hebben drie bezoeken aan het bedrijf plaatsgevonden. Te beginnen met een introductiebezoek waarin door Agens helder uitgelegd is wat de bedoeling van het adviestraject was. Vervolgens heeft een arbeidskundige van Agens een bedrijfsbezoek gepleegd. "*Dat was zeer goed, ze kwamen met een goede analyse. Ik was verbaasd hoe goed ze ons bedrijf kenden na een bezoek van twee uur*", aldus de heer De Vos. Ten slotte is er een bijeenkomst geweest om het rapport en de uitkomsten van het onderzoek te bespreken. De heer De Vos waardeerde dat het hem zelf weinig tijd heeft gekost en dat er weinig papierwerk bij kwam kijken.

Uitkomst Wajong Adviestraject
Uit het onderzoek zijn twee Wajong profielen gekomen. Eén voor een algemeen medewerker en één voor een marketing medewerker. Voor het laatste profiel wordt iemand gezocht die bijvoorbeeld foto's kan nemen voor de website. Hoka Sieraden besloot om snel op zoek te gaan naar passende Wajongers om deze functies te gaan vervullen.

Plaatsingstraject

Nadat de profielen zijn opgesteld is via Agens de werving van geschikte Wajongers gestart. Voor de functie van algemeen medewerker zijn twee Wajongers op proef geweest. Hiervan heeft één een contract gekregen. De ander bleek tijdens zijn proeftijd niet erg gemotiveerd om aan de slag te gaan en is dus niet in dienst genomen. Op dit moment zijn er nogmaals twee Wajongers op proef omdat De Vos graag een tweede Wajonger een baan als algemeen medewerker zou willen bieden.

Voor het tweede profiel – van marketing medewerker – is men nog op zoek naar een geschikte kandidaat. Deze functie is echter wat complexer en lijkt voor de meeste Wajongers te hoog gegrepen, het is dus de vraag of deze ingevuld zal gaan worden.

Ervaringen met Wajonger

De ervaringen met de Wajonger die in dienst getreden is zijn tot dusver positief. "*Ze is gemotiveerd en wil er graag wat van maken*". Wel is er veel geduld voor nodig om met haar te werken volgens de heer De Vos. De heer De Vos: "*Natuurlijk brengt het werken met een Wajonger ook uitdagingen met zich mee, zo moet je ze vaak op dingen wijzen, want het kennisniveau is laag. Je moet veel dingen uitleggen en vaak ook steeds weer opnieuw".* De Wajonger die bij Hoka Sieraden in dienst is functioneert als manusje van alles en helpt soms zelfs bij het klaarmaken van orders. Wel gaat het dan om kleine orders waarbij weinig fout kan gaan en die makkelijk te controleren zijn door een collega. Ze groeit stapje voor stapje en krijgt er steeds meer taken erbij. Soms blijken sommige taken niet te lukken, dan geven we die haar de volgende keer niet meer. Andere gaan wel goed en die kan ze dan blijven doen.

De kunst is om goed in te schatten wat de Wajonger aan kan en wat niet. Zowel voor de werkgever als voor collega's is dit soms lastig. "*Als je elke dag met iemand samen werkt is het soms makkelijk om te vergeten dat iemand een beperking heeft, zeker omdat je het niet aan haar kunt zien. Daarom vraag je soms iets te veel of moet je collega's er aan herinneren dat ze niet hetzelfde kunnen verwachten van haar als van andere collega's. Aan de ene kant is het positief voor de Wajonger dat mensen bijna vergeten dat ze een beperking heeft en dat ze zo wordt opgenomen in het team, maar aan de andere kant moeten de verwachtingen wel realistisch blijven om de situatie werkbaar te houden".*

Toekomst

De heer De Vos denkt dat er twee plaatsen voor Wajongers beschikbaar zullen blijven in zijn bedrijf. Het werken met Wajongers heeft volgens hem zeker niet alleen voordelen voor de Wajonger, maar ook voor de werkgever. "*Het werken met Wajongers kost veel energie, maar je krijgt er ook veel voor terug, zoals loyaliteit*", aldus de heer De Vos. "*Wajongers zijn vaak erg loyaal en gemotiveerd, omdat ze extra blij zijn om een baan te vinden en zo een zo gewoon mogelijk leven te kunnen leiden. Ze willen over het algemeen erg graag deelnemen aan het arbeidsproces en zullen niet snel een overstap maken als ze eenmaal een leuke baan gevonden hebben".*

Met dank aan:

De heer De Vos, Directeur bij Hoka Sieraden