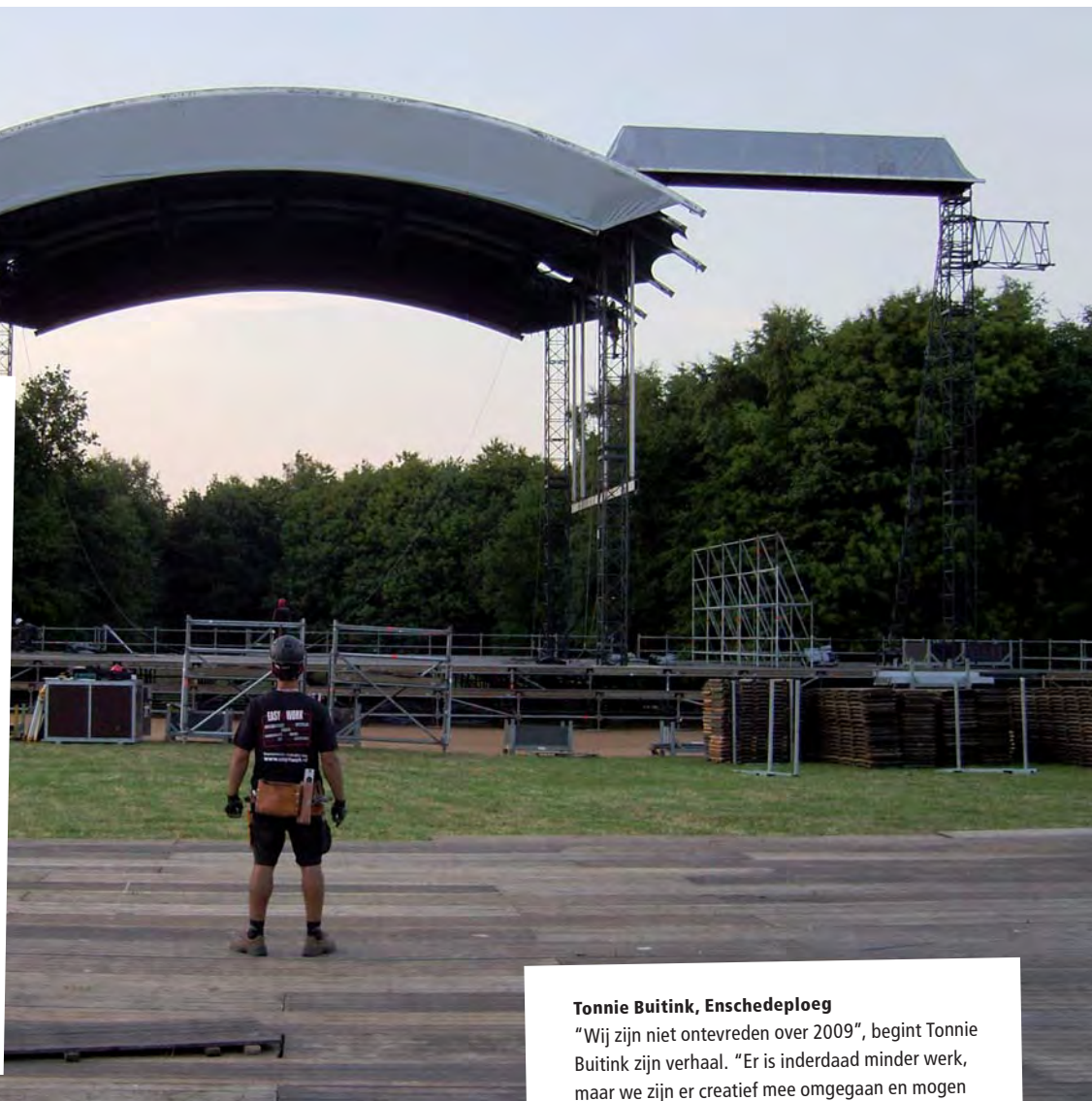


DE STELLINGEN

- Het is moeilijker dan ooit te voren om onze mensen weg te zetten bij opdrachtgevers.
- Juist in deze tijden van recessie is het opdrachtgevers aan te raden om aan te kloppen voor (tijdelijk) personeel.
- Mogelijke opdrachtgevers zijn vaak onterecht huiverig voor het inschakelen van (tijdelijk) extern personeel.
- Er wordt nog te veel gekeken naar de prijs, in plaats van naar de kwaliteit van de te leveren arbeidskrachten.
- Het wordt steeds moeilijker om arbeidskrachten te vinden die beschikken over mentaliteit die nodig is in het wereldje.
- Recessie heeft ook zo zijn voordelen: het kaf wordt van het koren gescheiden en goede partijen blijven bestaan.
- We zien het voor 2010 weer zonniger in - het herstel is aanstaande.
- Het niveau van de vakopleidingen is hoog genoeg in de sectoren waarbinnen we opereren.



Tonnie Buitink, Enschedeploeg

“Wij zijn niet ontevreden over 2009”, begint Tonnie Buitink zijn verhaal. “Er is inderdaad minder werk, maar we zijn er creatief mee omgegaan en mogen niet klagen. We hebben ook klussen aangenomen die we daarvoor niet deden – flyeracties en verhuizingen bijvoorbeeld, maar we hebben ook gastheren en –vrouwen geleverd.” Volgens Buitink moet je nooit de plaats van vast personeel willen innemen: “Maar het kan in deze tijd voor opdrachtgevers wel interessant zijn om aan tijdelijk personeel te denken. Je zit er namelijk niet aan vast. Wij hebben zo een aantal mensen bijna dagelijks bij een opdrachtgever aan het werk.” Wel moeten opdrachtgevers daarbij waken voor onervaren krachten: “Er wordt namelijk veel kapotgemaakt door onervaren personeel dat op pad wordt gestuurd. Iedereen kan ook gewoon beginnen. Geld mag niet het enige criterium zijn. Goedkoop is nog steeds duurkoop en daarom moet je altijd scherp blijven letten op wie je de weg op stuurt.” Buitink benadrukt dat de recessie ook zo zijn voordelen kan hebben: “Het kaf kan van het koren gescheiden worden. Ander voordeel is dat de mensen die nu solliciteren dubbel gemotiveerd zijn. Dat is ook nodig, want men moet zich meer inzetten. Er wordt gewoon meer van ze verlangd, omdat het geld minder is. Maar 2010 zien wij in ieder geval positief tegemoet. Wij willen blijven wie we zijn. Een niet te grote maar solide organisatie waarbij Plezier in het werk en Respect voor elkaar met een hoofdletter worden geschreven.”



Ramon Rhijnen, R Promotions

Volgens Ramon Rhijnen is het niet per definitie moeilijker geworden om werkkrachten te kunnen wegzetten: “Het is in deze tijd vooral een kwestie van rennen en stilstaan. De ene week heb je niemand nodig, de week erna moet je veertig man hebben.” Zelf is hij niet altijd een voorstander van tijdelijk personeel. “We hebben een vaste pool van tussen de 100 en 150 mensen die regelmatig voor ons werken. Ik wil een band met hen en wil ook dat zij een band krijgen met R Promotions of het merk waarvoor ze werken. Dat schept vertrouwen en rust. We blijven wel altijd vernieuwen in deze pool en werken vooral met HBO-studenten, het liefst vrouwen voor de promotieacties en mannen voor de standbouw.” Ook mensen van het CIOs zijn erg welkom bij R Promotions. Ze weten volgens Rhijnen van aanpakken en weten hoe het is om mensen aan te spreken en leiding te geven: “Ze krijgen nog de ouderwetse mentaliteit aangeleerd.” De recessie heeft volgens Rhijnen verschillende kanten: “Enerzijds zullen zwakke broeders afvallen, maar aan de andere kant proberen opdrachtgevers er ook misbruik van te maken, bijvoorbeeld door te proberen kortingen te bedingen.” Het is een nadeel, ook voor partijen die wel tijdelijk personeel van goede kwaliteit leveren. En daar hoort bij R Promotions ook een stuk begeleiding bij: “Onze mensen krijgen altijd een opleiding of begeleidend gesprek over de werkzaamheden en gaan nooit alleen op pad. Er is bovendien altijd een teamleider (aanspreekpunt voor de opdrachtgever) mee op pad. Deze teamleider houdt de mensen goed in de gaten en zo waarborgen we de kwaliteit.”

Steve de Caluwé, Crew Solutions

“De barometer in reguliere consumentenmarkt gaat weer lichtelijk richting positief. Het is een gegeven dat dit vertrouwen uiteindelijk een positieve invloed heeft op onze branche”, vertelt Steve de Caluwé. Toch zijn er volgens hem zeker bedrijven die het in het eerste kwartaal nog moeilijk zullen hebben: “Maar door goede beslissingen te nemen kan men uiteindelijk beter en sterker uit de crisis komen. Bijvoorbeeld door het inzetten van tijdelijk personeel. Omdat wij er als bedrijf nu gezond en slagvaardig voorstaan, zien wij 2010 in ieder geval positief tegemoet.” Tijdelijk personeel is bij veel bedrijven een eerste schakel die wegvalt als er moet worden bezuinigd, weet ook De Caluwé. “Deze tijden dwingen organisatoren en toeleveranciers echter ook scherper te kijken naar de in te zetten middelen. Dat geldt ook voor de keuze voor een organisatie die de tijdelijk in te zetten krachten levert. Het is ook in deze tijden bij ons gebleken dat een goede begeleiding, aansturing en levering van tijdelijke krachten wel degelijk kostenbesparend kan werken voor afnemers. Het kan voor opdrachtgevers zelfs voordelig zijn om op sommige vlakken niet te hoeven investeren in vast personeel.” Er zijn volgens De Caluwé nog altijd opdrachtgevers die té veel enkel en alleen naar de prijs kijken: “Maar gelukkig zijn er ook wel degelijk opdrachtgevers die het belang van een goede lange termijn relatie met een betrouwbare leverancier inzien. De prijs wordt dus niet altijd als doorslaggevend gezien.” Met de kwaliteit van het tijdelijks personeel zit het volgens hem wel snor: “Onze ervaring leert dat het door ons ingezette personeel voor een grote diversiteit van opdrachtgevers binnen de evenementenbranche werkt. Hierdoor komen zij juist met veel verschillende systemen en werkwijzen in aanraking. Ook zijn veel locaties bekend grondgebied voor onze crewchefs. Een goede samenstelling van de crew en een goede backoffice dragen er aan bij dat een opdrachtgever, indien hij voor een goede betrouwbare leverancier kiest, niet bang hoeft te zijn voor het inschakelen van extern personeel. Integendeel!”



Tijdelijk personeel in recessietijd:

‘PRIJSVECHTEN HEEFT GEEN ZIN’

Tijdelijk personeel vormt een belangrijk onderdeel binnen de evenementenbranche. Wij vroegen ons af hoe het met deze groep gesteld is ten tijde van economische recessie. Kloppen opdrachtgevers minder aan, of is het misschien juist de tijd om vaker te kiezen voor tijdelijk personeel? Wordt er nog te vaak gekeken naar de laagste prijs in plaats van naar de beste kwaliteit? En wat verwachten de aanbieders van tijdelijk personeel eigenlijk van 2010? Is het kaf van het koren gescheiden en komt er herstel? Vragen genoeg en wij vuurden daarom stellingen af op zeven specialisten met verstand van zaken.



Paul van Rengs, LInQ Crew Services

"Organisaties die bij aanvang van de recessie in staat zijn geweest om het vaste personeelsbestand in te perken of die al een beperkt personeelsbestand hadden, zijn nu spekkoper", weet Paul van Rengs. "Zij kunnen flexibel omgaan met pieken en kunnen op de drukke momenten gebruik maken van tijdelijke krachten. Daarnaast is het overplaatsen van het eigen personeel naar een personele dienstverlener een goede mogelijkheid om de eigen flexibiliteit te vergroten, juist onder de huidige omstandigheden. Door deze manier van werken behoudt een opdrachtgever zijn goede, vaak onmisbare krachten en kan de agenda van de betreffende persoon gevuld worden met werkzaamheden voor andere partijen. Het mes snijdt dan aan twee kanten." In de optiek van Van Rengs is het niet per definitie zo dat goede partijen door de recessie blijven bestaan en minder goede partijen afvallen: "Er zullen ook goede aanbieders in de markt actief zijn die bijvoorbeeld relatief hoge vaste kosten hebben, waardoor de risico's substantieel groter zijn. Valt een deel van de inkomsten weg, dan zijn dergelijke partijen eerder genoodzaakt maatregelen te nemen. In een uiterste situatie wordt faillissement aangevraagd. Daarbij zijn er goede partijen die in hun afhankelijkheid van een beperkt aantal opdrachtgevers meegetrokken worden met faillissementen van deze opdrachtgevers. Dit getuigt niet van goed ondernemerschap en het goed inschatten van kansen en bedreigingen, maar maakt dit de partij een slechte aanbieder?" Een opdrachtgever moet volgens Van Rengs in ieder geval weten wat hij kan verwachten van een personele dienstverlener: "Wij ontzorgen de opdrachtgever door het bieden van maatoplossingen en zorgen altijd voor de juiste mix in kennis en leidinggevende kwaliteiten op de werkvloer. Daarnaast is het gebruikelijk dat we werken met crew chiefs binnen de eigen pool. Door deze werkwijze nemen we alle verantwoordelijkheid voor de inzet van tijdelijk personeel op ons en heeft de opdrachtgever één aanspreekpunt binnen de groep. Alle communicatie verloopt zo helder." De economie in zijn algemeenheid lijkt aan te trekken, maar de tekenen van herstel zijn nog broos, ziet Van Rengs: "Net als bij aanvang van de recessie, waar de negatieve economische ontwikkelingen binnen de branche later merkbaar waren dan in andere sectoren, zal dit ook het geval zijn met het herstel. Pas wanneer ondernemingen weer het vertrouwen hebben hervonden, zullen er weer (ruimere) budgetten vrijgemaakt worden voor evenementen in de breedste zin des woords. Dat zal dus pas gebeuren wanneer de economie aangetrokken is."

Patrick Hop, Pro FM Events

Patrick Hop vindt het te vroeg om al te spreken van herstel in de markt: "Maar ik denk wel dat 2010 voor de meeste partijen een beter jaar zal gaan worden." Toch zijn het volgens hem niet alleen de goede 'appels' die nog in het mandje zitten: "Er zijn namelijk ook partijen die niet als goed, maar als prijsduiker te classificeren zijn. Deze appels blijven nu ten koste van andere mooie appels die door een te hoge overhead gerot zijn in 2009, ook nog in het mandje zitten." Pro FM Events heeft het in ieder geval nog druk genoeg, vertelt Hop: "Bestaande relaties weten wat ze aan ons hebben en wat ze mogen verwachten. Het werk wordt ons door hen gegund en de agenda zit daarom goed vol. Nieuwe bronnen aanboren is lastiger. Ook is het allemaal wel iets kleiner en minder en op corporate-gebied is er zelfs heel weinig, maar al met al hebben we genoeg te doen." Ook volgens Hop zijn sommige partijen nog teveel geneigd te kiezen voor de laagste prijs, waarbij ze dan de geleverde kwaliteit soms uit het oog verliezen: "Stagehands zijn vaak sluitpost en zijn daarnaast ook vaak de eerste post die oploopt als een evenementenplanning niet klopt of onverwachte factoren een rol spelen. Ieder evenement loopt beter met een goede inzet van hardwerkende stagehands en gelukkig zien steeds meer bedrijven dat in!"

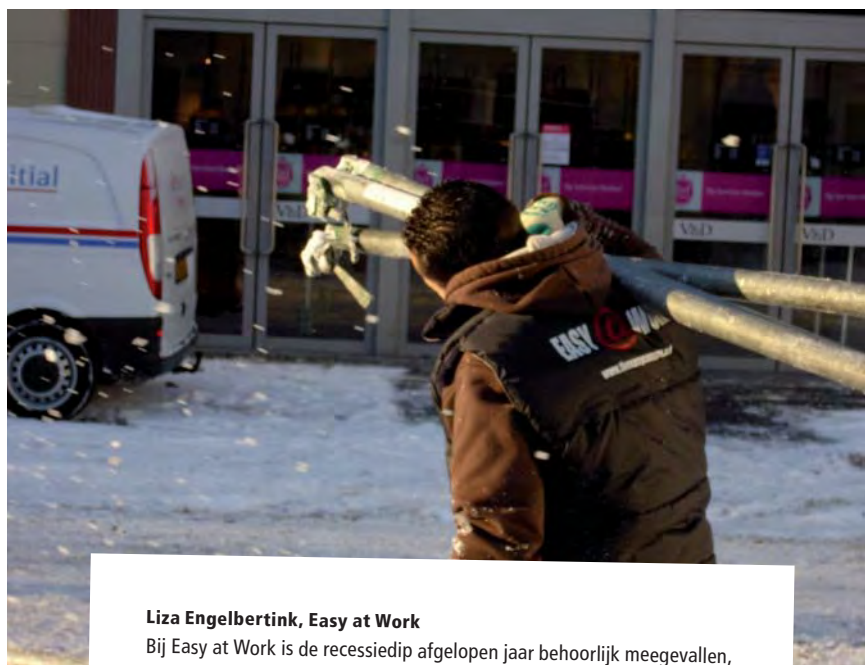


Mike Vullings, Brabant Crew Service

Mike Vullings hoopt inderdaad dat het kaf van het koren gescheiden wordt in deze tijden. Zelf heeft Brabant Crew Service het in ieder geval nog druk genoeg: "Ik zie wel het aantal bestellingen per klant afnemen – met name bij klanten in de evenementen – maar door een toename van het aantal klanten groeien we ook dit jaar weer. Wat dat betreft hoor je ons dus zeer zeker niet klagen." Vullings geeft aan dat opdrachtgevers soms onterecht bang zijn met weinig kwalitatief tijdelijk personeel opgescheept te worden. Welwillende studenten met weinig verstand van zaken bijvoorbeeld: "Wij voorkomen dit in ieder geval door elk geval afzonderlijk te bekijken en op die manier per opdracht de juiste persoon op de juiste plek te krijgen. Ook de juiste mentaliteit hoort daarbij. Mentaliteitsverandering heeft overigens niet alleen iets met dit wereldje te maken, maar iedere nieuwe generatie lijkt minder zin te hebben om lichamelijk werk te verrichten. Uiteraard letten wij daarop in ons personeelsbestand."

Dirk de Vries, Stagehands De Vries

Dirk de Vries merkt dat opdrachtgevers tegenwoordig veel verder door kijken voor ze extern gaan inhuren. "Het is meer de moeite waard om verder in hun eigen bestand te graven. Vaak blijkt dat achteraf erg veel tijd en moeite die ook ergens anders aan besteed had kunnen worden. Opdrachtgevers die weten wat ze kunnen verwachten van Stagehands De Vries zullen ook van tevoren rekening houden met mensen van ons." Juist in deze tijden kan het volgens De Vries slim zijn te kijken naar tijdelijke oplossingen: "Uiteraard is het een behoorlijke kluit om in deze tijden een grote groep vaste medewerkers te hebben. Tijdelijk personeel heeft natuurlijk als nadeel dat er bij de uitlener ook een lamp moet branden. Als grote voordeel heeft het natuurlijk dat je per kwartier mensen kunt inhuren en dat je dus nooit het probleem hebt dat je mensen moet uitbetalen in zware tijden. Veelal worden bij ons mensen ingehuurd die al begroot zijn in de offerte naar de klant van de opdrachtgever en dus loopt een opdrachtgever weinig risico. Als de klus niet doorgaat wordt er bij ons gewoon zonder extra kosten afgemeld." De Vries vindt het jammer dat soms alleen naar de prijs wordt gekeken, maar begrijpt het van de andere kant wel. "Ook onze opdrachtgevers hebben namelijk te maken met budgetten die veel lager zijn dan in de glorieuze tijden. Wij merken soms dat opdrachtgevers uitermate tevreden zijn over de kwaliteit van onze mensen, maar dat de samenwerking 'budgettechnisch' spaak kan lopen. Dit heeft dus niet te maken met het 'niet willen betalen', maar met 'niet kunnen betalen'. Wij bespreken dit soort dingen altijd met onze opdrachtgevers en wat we dan doen is meedenken. We kunnen met het oog op de samenwerking er ook voor kiezen om samen water bij de wijn te doen en te berekenen hoe we samen de crisis doorkomen. In deze tijden moeten we het vooral 'samen' doen en moeten we dus zoeken naar oplossingen. Prijsvechten heeft geen zin, dat gaat altijd ten koste van de kwaliteit." Dat het kaf van het koren wordt gescheiden door de moeilijke tijden is volgens De Vries niet helemaal waar: "In onze tak van sport hebben het afgelopen jaar twee faillissementen plaatsgevonden. Eén daarvan waren wij helaas zelf. Wij hebben op een andere manier de zaak voortgezet en hebben heel veel vertrouwen in de toekomst. Het andere faillissement heeft ook een doorstart gemaakt. Je ziet dat wij en al onze collegabedrijven een bepaalde liefde voor het vak hebben en we toch wel blijven bestaan. Het is fijn om met een bepaalde hoeveelheid bedrijven in de markt actief te zijn. Zolang we elkaar blijven respecteren en we iedereen wat gunnen, kunnen we allemaal ons werk goed doen en onze boterham verdienen. Er hoeft voor mij geen kaf van het koren gescheiden te worden. Alle personeelsbedrijven in deze markt hebben op hun eigen manier een leuke drive om te werken en dat moeten we lekker zo houden. Iedereen moet lekker blijven bestaan. Wij hebben aan den lijve ondervonden wat een faillissement is en dat gun ik echt niemand. Allemaal lekker werken en elkaar het licht (en geluid) in de ogen gunnen, dan komt het helemaal goed!"

**Liza Engelbertink, Easy at Work**

Bij Easy at Work is de recessiedip afgelopen jaar behoorlijk meegevallen, geeft Liza Engelbertink aan. "Wat we wel merken is dat bedrijven voorzichtiger zijn geworden bij de inhuur van tijdelijk personeel. Er wordt eerst binnen de organisatie beter gekeken naar eventuele alternatieven. Men gaat dus efficiënter met de eigen capaciteit om. Als uitzendorganisatie blijven wij voortdurend bezig met het leveren van kwaliteit. We merken dat bedrijven daardoor, ook in tijden van recessie, bij ons blijven inhuren." Engelbertink geeft aan dat met name praktijkervaring belangrijk is voor mensen op de werkvloer. Maar dat is nou net iets wat bij veel opleidingen onderbelicht blijft. "Veel van de aangeboden opleidingen bieden genoeg theoretische kennis aan, maar wij missen heel erg de praktijkervaring die juist bij deze groep zo verschrikkelijk belangrijk is. Doordat hier te weinig aandacht aan besteed wordt, krijg je mensen op de werkvloer die vaak bijzonder goed vertellen hoe iets 'zou moeten werken' maar in de praktijk nog nooit een spot, truss of steigerpijp in hun handen hebben gehad. Hierdoor kunnen ze slecht inspelen op bijvoorbeeld onvoorziene situaties, veranderlijke weersomstandigheden, slecht voorbereide producties, uitgelopen plannings en ga zo maar door. Er wordt door startende arbeidskrachten die direct vanuit een vakopleiding komen dus te weinig praktijkervaring opgedaan. Dit kan voor een opdrachtgever erg frustrerend werken." Toch hoeft er met een welwillende student niks mis te zijn, benadrukt Engelbertink. "Het gaat er bij het leveren van stagehands om dat iemand gemotiveerd is om te werken, het werk ziet liggen en de juiste mentaliteit heeft. De geleverde mensen moeten de kwaliteiten hebben die aansluiten bij de wensen van de opdrachtgever. Bureau gespecialiseerd in het leveren van tijdelijk personeel in de evenementenbranche zijn wel veel beter ingespeeld op de (vaak adhoc) wensen van de opdrachtgever dan een standaard uitzendorganisatie. Ze weten vaak wat er speelt op locatie en kunnen hun personeel hierdoor goed instrueren. Een klant kan, zowel bij ons als bij andere uitzendbureaus in onze branche, aangeven wat hij wenst. Het is dus zaak om samen duidelijk te communiceren wat er van het geleverde personeel wordt verwacht. Er kan personeel met ervaring geleverd worden als de opdrachtgever hierom vraagt. Maar soms is iemand met twee rechterhanden en een dosis gezond verstand ruimschoots voldoende. We zijn tenslotte niet dagelijks de wereld aan het redden in de evenementenbranche." Engelbertink en consorten zien in ieder geval één voordeel aan de recessie: "Het aanbod van arbeidskrachten gaat omhoog en hierdoor kunnen wij als uitzendorganisatie een betere selectie maken. Door de krappe economie verandert de mentaliteit sowieso. Mensen zijn zich ervan bewust dat het hebben én houden van een (fulltime) baan niet meer vanzelfsprekend is en zetten zich dus extra in." Het nieuwe jaar zien ze bij Easy at Work positief tegemoet: "Afgelopen jaar heeft ons weer geleerd dat de evenementenbranche tegen een stootje kan. Het is meer dan ooit een ontzettende uitdaging om er weer helemaal tegen aan te gaan in 2010. En juist door de recessie barst iedereen van energie en nieuwe ideeën."

