



University of Groningen

Arbeidsmarktinformatie

Gardenier, J.D.; Edzes, A.J.E.; Bosgraaf, E

IMPORTANT NOTE: You are advised to consult the publisher's version (publisher's PDF) if you wish to cite from it. Please check the document version below.

Document Version

Publisher's PDF, also known as Version of record

Publication date:

2011

[Link to publication in University of Groningen/UMCG research database](#)

Citation for published version (APA):

Gardenier, J. D., Edzes, A. J. E., & Bosgraaf, E. (2011). Arbeidsmarktinformatie: Gebruik en gebruikers van arbeidsmarktinformatie. Groningen: CAB International.

Copyright

Other than for strictly personal use, it is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

Take-down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Downloaded from the University of Groningen/UMCG research database (Pure): <http://www.rug.nl/research/portal>. For technical reasons the number of authors shown on this cover page is limited to 10 maximum.

Arbeidsmarktinformatie

Gebruik en gebruikers van
arbeidsmarktinformatie



CAB fundeert beleid



Arbeidsmarktinformatie

Gebruik en gebruikers van arbeidsmarktinformatie

In opdracht van de RWI

Jan Dirk Gardenier
Arjen Edzes
Emke Bosgraaf

Augustus 2011

Inhoud

| | |
|--|-----------|
| Arbeidsmarktinformatie | 1 |
| Inhoud | 2 |
| Samenvatting | 4 |
| Hoofdstuk 1 | 10 |
| Inleiding | 10 |
| Leeswijzer | 10 |
| 1.1 Achtergrond | 11 |
| 1.2 Conceptueel kader | 11 |
| 1.3 Onderzoeksvragen | 13 |
| 1.4 De relatie tussen beide deelonderzoeken | 15 |
| Hoofdstuk 2 | 17 |
| Uitkomsten literatuuronderzoek gebruikers | 17 |
| 2.1 Inleiding | 17 |
| 2.2 In hoeverre zijn gebruikers bekend met arbeidsmarktonderzoek? | 17 |
| 2.3 Hoe wordt arbeidsmarktinformatie gebruikt? | 18 |
| 2.4 Wat vinden gebruikers van de beschikbare arbeidsmarktinformatie? | 19 |
| 2.5 Aan welke informatie hebben gebruikers (nog) behoefte? | 20 |
| Hoofdstuk 3 | 23 |
| Gebruik en gebruikers van arbeidsmarktinformatie | 23 |
| 3.1 Inleiding | 23 |
| 3.2 Definities van arbeidsmarktinformatie | 24 |
| 3.3 Gebruik van arbeidsmarktinformatie | 25 |
| 3.4 Agendering | 32 |
| 3.5 Behoeften en wensen | 34 |
| 3.6 Conclusies | 36 |
| Hoofdstuk 4 | 38 |
| Functies van arbeidsmarktinformatie | 38 |
| 4.1 Inleiding | 38 |
| 4.2 Gebruikers aan het woord: verschillende functies van arbeidsmarktinformatie | 39 |
| 4.3 Gebruikers over arbeidsmarktinformatie in de praktijk: casuïstiek | 39 |
| 4.4 Conclusies | 45 |
| Hoofdstuk 5 | 47 |
| Informatieknelpunten & duiding en coördinatie | 47 |
| 5.1 Inleiding | 47 |
| 5.2 Knelpunten op het vlak van arbeidsmarktinformatie | 48 |
| 5.3 Nadere analyse: duiding en coördinatie. Is er een te kort of te veel informatie? | 53 |
| 5.4 Conclusies | 57 |
| Hoofdstuk 6 | 59 |
| Conclusies | 59 |

| | |
|---|-----------|
| 6.1 Inleiding | 59 |
| 6.2 Beantwoording van de onderzoeksvragen | 59 |
| Hoofdstuk 7 | 65 |
| Bijlagen | 65 |
| 7.1 Methodologische verantwoording | 65 |
| 7.2 Overige bijlagen: | 79 |

Samenvatting

In opdracht van de Raad voor Werk en Inkomen (RWI) heeft het CAB het afgelopen half jaar kwalitatief onderzoek uitgevoerd om meer zicht te krijgen op ervaringen, wensen en behoeften van gebruikers met betrekking tot arbeidsmarktinformatie. Dit onderzoek maakt deel uit van een tweeledig onderzoek dat de RWI heeft opgezet om meer zicht krijgen op de inhoud, kwaliteit en beschikbaarheid van arbeidsmarktinformatie(bronnen), het feitelijke gebruik van deze bronnen in de praktijk en mogelijke lacunes daarin. Het deelrapport van het CAB bouwt voort op het deelrapport van Research voor Beleid (RvB) waar een state of the art inventarisatie van beschikbare arbeidsmarktinformatiebronnen inclusief lacunes is gegeven.

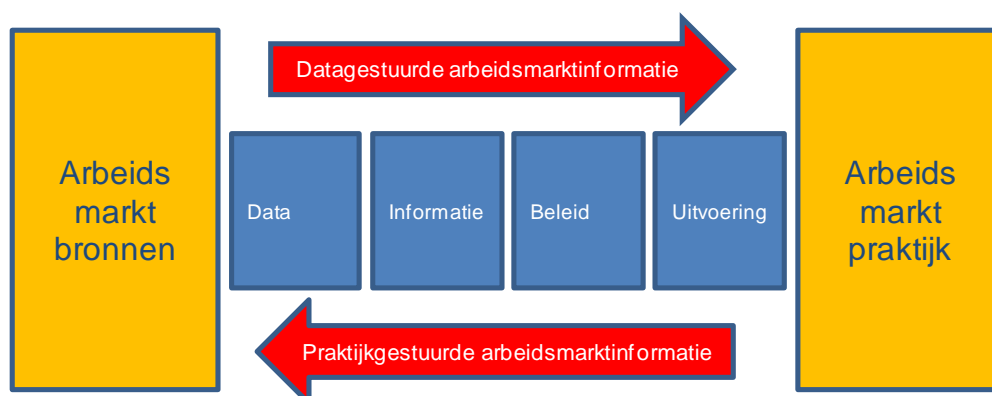
Arbeidsmarktinformatie speelt een belangrijke rol in het goed functioneren van de arbeidsmarkt. Het wordt onder andere gebruikt ter ondersteuning van beleidsbeslissingen, ter evaluatie van beleid of het identificeren van arbeidsmarktthema's. Arbeidsmarktinformatie wordt vooral op regionaal niveau veelvuldig gebruikt – het niveau waar dit onderzoek zich op richt – waarbij opvalt dat juist door deze regionale inbedding er vaak geen sprake is van een 'eigenaar' of 'regisseur' van informatie.

Twee perspectieven op arbeidsmarktinformatie

In nauw overleg met de RWI is ervoor gekozen om de vraag naar ervaringen, wensen en behoeftes van gebruikers van arbeidsmarktinformatie van twee kanten te benaderen. Arbeidsmarktinformatie kan namelijk beschouwd worden als onderdeel van een keten, waarin twee perspectieven mogelijk zijn.

Eenzijds kunnen we spreken over de richting waar arbeidsmarktinformatie als noodzakelijk wordt gezien om arbeidsmarktproblemen te identificeren, deze om te zetten naar beleid en daarmee de uitvoering te coördineren. Data vormen hier het uitgangspunt. Wij noemen dit dan ook datagestuurde informatie. De informatie wordt uit de (objectieve) arbeidsmarktdata gehaald en geeft daarmee inzicht in de arbeidsmarktpraktijk. Anderzijds is er de richting waar arbeidsmarktinformatie ontstaat uit signalen vanuit het netwerk. De arbeidsmarktinformatie is in dit geval grotendeels gebaseerd op ervaring en kennis van de arbeidsmarktpraktijk. Wij noemen dit daarom praktijkgestuurde informatie. In figuur 1 is deze keten van arbeidsmarktinformatie weergegeven:

Figuur 1: Richtingen en accenten in gebruik van arbeidsmarktinformatie



Het is niet zo dat één van beide richtingen de juiste is en de andere niet. Sterker nog: de data- en praktijkgestuurde context komen vaak tegelijkertijd voor, zo blijkt uit de gehouden focusgroepen en de interviews. Sommige partijen op de arbeidsmarkt neigen meer naar datagestuurde informatie, maar gebruiken ook altijd enige vorm van ervarings- en praktijkkennis en omgekeerd. De keten van praktijkgestuurde informatie volgt de tegengestelde richting van datagestuurde informatie en kan uitmonden in een arbeidsmarktbron. De praktijkgestuurde keten van uitvoering-beleidsinformatie-data wordt in de praktijk niet altijd *volledig* gevolgd: ervaringen of signalen opgedaan in de arbeidsmarktpraktijk kunnen ook direct resulteren in uitvoering.

Van informatieknpunt naar duiding en coördinatie

Op basis van een analyse van het kwalitatieve onderzoeksmateriaal blijkt dat een groot deel van de onderzochte gebruikersgroep geen behoefte heeft aan extra arbeidsmarktinformatie, maar eerder aan andersoortige informatie. De knelpunten die worden benoemd zijn niet per se informatieknelpunten, maar knelpunten van een andere orde: de deelnemers ervaren namelijk vooral problemen op het vlak van:

1. 'Duiding' en betekenisverlening enerzijds (wat betekent de informatie voor mij?), en
2. 'Coördinatie' van arbeidsmarktinformatie (wie combineert, regisseert, voegt toe?) anderzijds

Naast informatieproblemen zoals verschillen in werkloosheidscijfers of meerduidige definities van centrale arbeidsmarktbegrippen, brengen deelnemers knelpunten naar voren die niet inhoudelijk op informatie zijn gericht, maar meer te maken hebben met de vraag hoe met informatie wordt omgegaan. Verschillende gebruikers kijken vanuit verschillende perspectieven tegen informatie aan en benutten informatie afhankelijk van met wie zij te maken hebben op uiteenlopende manieren. Dit is een centrale gedachte in dit rapport, waar aandacht voor de gebruiker en de omgeving waarin informatie wordt ingezet, inzicht geeft in verschillende functies van arbeidsmarktinformatie.

Gebruikers aan het woord: verschillende functies van arbeidsmarktinformatie

Deskundigen zijn in hun gebruik van arbeidsmarktinformatie niet alleen rationeel handelende actoren, maar benutten arbeidsmarktinformatie ook op meer subjectieve manieren. Dit kwalitatieve onderzoek laat namelijk zien dat hoe arbeidsmarktinformatie in de praktijk wordt gebruikt afhankelijk is van welke gebruiker in welke omgeving/context informatie inzet. Omdat er verschillende gebruikers en contexten zijn, wordt arbeidsmarktinformatie ook op verschillende manieren benut. Om dit gebruik helder te krijgen hebben we verschillende functies onderscheiden. Deze functies geven inzicht in hoe arbeidsmarktinformatie in de praktijk feitelijk wordt gebruikt en sluiten met name aan op de richting van praktijkgestuurde arbeidsmarktinformatie. Hoe gebruikers informatie in een specifieke omgeving benutten staat hier centraal, de datagestuurde richting die aanvangt met inhoudelijke data is secundair.

We kunnen de volgende zes functies onderscheiden:

- 1) Arbeidsmarktinformatie als *legitimatiemiddel*. Arbeidsmarktinformatie heeft hier de functie van het legitimeren van beleid. Een voorbeeld dat in het onderzoek een aantal keren is genoemd is de functie van arbeidsmarktinformatie bij projectaanvragen.

Arbeidsmarktinformatie is in deze setting noodzakelijk om goedkeuring voor een project te krijgen. De functie van arbeidsmarktinformatie als bron van inzicht in de arbeidsmarkt is hier secundair.

- 2) Arbeidsmarktinformatie als *overtuigingsmiddel*. Ook hier is arbeidsmarktinformatie een middel met als belangrijkste functie het overtuigen van partijen. Daarnaast is er de functie om een netwerk van organisaties met elkaar te verbinden. Het gaat hier niet per se om de actualiteit en detailniveau van de informatie, maar veel meer om de impact.
- 3) Arbeidsmarktinformatie ter *signalering* en *bewustwording*. Hierin zit met name een procesmatige functie van arbeidsmarktinformatie, die nauw samenhangt met de regiefunctie van sommige partijen, zoals de gemeente. Partijen worden meegenomen in het verzamelen en interpreteren van arbeidsmarktinformatie.
- 4) Arbeidsmarktinformatie als *sociaal cohesiemiddel*. Deze functie van arbeidsmarktinformatie komt met name voor bij werkgevers- en werknemersorganisaties. Het doel is om de achterban te (ver)binden. Arbeidsmarktinformatie, die de positie van de leden verduidelijkt, kan daarbij helpen. Het gaat hier met name om het zo formuleren en presenteren van informatie dat het de achterban aanspreekt.
- 5) Arbeidsmarktinformatie als *politiek middel*. In deze functie wordt arbeidsmarktinformatie top down gecommuniceerd. Te denken valt aan de rijksoverheid die arbeidsmarktinformatie gebruikt om arbeidsmarktthema's bij lokale partijen te agenderen. Een voorbeeld hiervan is de aanpak van de jeugdwerkloosheid in de afgelopen jaren.
- 6) Arbeidsmarktinformatie als *professioneel 'management-tool'*. Sommige partijen gebruiken arbeidsmarktinformatie om hun organisatie richting te geven in de uitvoering. Het gaat bij deze functie niet om informatie die problemen oplost, maar om het organiseren en coördineren van de informatie: wat doe je wel en wat niet?

Deze functies geven duidelijk aan dat het bij gebruikers van arbeidsmarktinformatie niet altijd gaat om actualiteit of betrouwbaarheid van de informatie.

Verschillende gebruikers: consumenten en producenten van arbeidsmarktinformatie

Iedere gebruiker van arbeidsmarktinformatie verschilt in het gebruik ervan. Het is daarom zinvol om onderscheid aan te brengen in type gebruikers. We onderscheiden in dit rapport vier groepen: 1) consumenten, 2) consumenten 'plus', 3) producenten en 4) producenten 'min'.

1. Consumenten. Gebruikers van arbeidsmarktinformatie die zowel kwantitatieve als kwalitatieve informatie gebruiken. Dit zijn bijvoorbeeld werkgevers, intermediaire organisaties en beleidsmedewerkers.
2. Consumenten 'plus'. Gebruikers van arbeidsmarktinformatie die zelf een deel van de informatie produceren, bijvoorbeeld door informatie 'op maat te maken' voor de

eigen organisatie. Dit zijn vaak gespecialiseerde (beleids)medewerkers op het terrein van arbeidsmarktinformatie.

3. Producenten. Bijvoorbeeld medewerkers van COLO, LISA en CBS. Naast het produceren van arbeidsmarktinformatie zijn zij ook gebruikers van hun eigen informatie en informatie van anderen.
4. Producenten 'min'. Dit zijn producenten van meer kwalitatieve informatie. De producenten maken vooral 'harde' statistieken. De producenten 'min' maken vaak gebruik van deze bronnen om meer specifieke arbeidsmarktinformatie te maken, bijvoorbeeld naar sector of naar regio.

Het blijkt dat consumenten (plus) vooral een combinatie van bronnen gebruiken, dat wil zeggen data en statistieken, maar ook signalen uit het netwerk of 'krantenknipsels', terwijl producenten voornamelijk 'harde' data gebruiken. Naast deze indeling gaan we ook in op het onderscheid tussen private en publieke partijen en bijvoorbeeld lokaal-regionaal en landelijke-politiek niveau.

In het formuleren van oplossingsrichtingen houden we dan ook rekening met de insteek van informatieknelpunten (datagestuurde richting), maar ook met de wijze waarop arbeidsmarktinformatie door een brede groep van gebruikers in een specifieke omgeving wordt gebruikt (praktijkgestuurde richting).

Conclusies

Wat de negen onderzoeksvragen van dit onderzoek betreft, kunnen we concluderen dat:

1. Weten gebruikers de informatie te vinden?

Het merendeel van de gebruikers kan zowel harde als zachte data goed vinden. Informatie die niet wordt gevonden wordt door consumenten 'plus' (zowel consument als producent) eenvoudigweg zelf geproduceerd of als vraag neergelegd bij een commercieel onderzoeks- en adviesbureau.

2. Kunnen ze ermee omgaan? Hoe beoordelen zij de beschikbare arbeidsmarktinformatie?

Een deel van de deskundigen, vooral consumenten, geeft duidelijk aan moeite te hebben met het interpreteren van informatie en kan niet altijd de vertaalslag maken naar de eigen regionale of lokale setting. Dit betreft vooral harde data zoals data en statistieken. De beschikbare arbeidsmarktinformatie wordt verschillend beoordeeld vooral in termen van betrouwbaarheid, denk bijvoorbeeld aan het twijfelen aan de accuraatheid van prognostische informatie. Ook blijkt dat consumenten vooral zachte informatie gebruiken en producenten harde informatie. De consumenten 'plus' en producenten 'min' nemen een tussenpositie in.

3. Sluit de informatie aan op hun behoeften?

Driekwart van de gebruikers antwoordt tevreden te zijn over de mate waarin informatie tegemoet komt aan hun behoeftes. Toch zijn er uiteraard wensen en behoeftes. Denk bijvoorbeeld aan de wens van het UWV om mensen beter te scholen in het duiden van arbeidsmarktinformatie of de wens van het MKB om light-versies te maken van arbeidsmarktrapporten. Hier valt ook te denken aan behoeftes die minder reëel zijn, zoals sommige gebruikers die de beschikbare informatie nooit gedetailleerd genoeg vinden.

4. Zijn er lacunes? Ondervinden zij knelpunten?

Uit de vergelijking tussen de uitkomsten van het onderzoek van RvB en de uitkomsten uit de focusgroepen, komen overeenkomsten en verschillen aan bod (zie toegevoegde bijlage). Belangrijke conclusie is dat er volgens het CAB niet zozeer sprake is van een informatieknelpunt. In die gevallen waarin dit wel zo is, doet RvB hier duidelijke aanbevelingen om deze te verhelpen. De informatielacunes gelden met name voor de meer gespecialiseerde arbeidsmarktinformatie gebruikers. De gemiddelde gebruiker heeft echter meer vragen rondom duiding (een gebrek aan expertise) en coördinatie (we constateren een versnippering van informatie, waarbij er geen van de partijen een duidelijke coördinerende rol heeft of neemt). Dit komt in alle focusgroepen, maar ook in de interviews naar voren. Qua coördinatie is het op regionaal niveau blijkbaar moeilijk om daar een partij voor aan te wijzen of op te laten staan. Op lokaal en landelijk niveau is dit veel duidelijker, daar zijn het respectievelijk de gemeente en de rijksoverheid die de regie hebben. In de regio ontbreekt zo'n duidelijke partij. Soms zien we een provincie deze rol op zich nemen, bijvoorbeeld in Gelderland, dat kunnen RPA's zijn of hun opvolgers, bijvoorbeeld de POA's.

5. Hoe vertalen zij de informatie zodanig, dat zij in staat zijn beleidsbeslissingen te formuleren?

Deze vraag volgt de logica van de datagestuurde informatieketen waarin informatie tot beleid leidt. Een centraal punt van het CAB onderzoek is echter dat arbeidsmarktinformatie lang niet altijd wordt ingezet voor het formuleren van beleidsbeslissingen of het agenderen van arbeidsmarktthema's. En als dit wel het geval is, is de onderbouwing vaak op basis van zachte informatie. Daarbij lopen beleidsbeslissingen ook vooruit op arbeidsmarktinformatie zoals het voorbeeld van 'arbeidsmarktinformatie als legitimatie achteraf' aangeeft. Het valt op dat er een grote behoefte bestaat aan de overbrugging van arbeidsmarktinformatie naar beleidsbeslissingen. In de analyse van de focusgroepen komt dit vaak naar voren bij veel partijen. Er is behoefte aan arbeidsmarktinformatie als managementtool. Dat wil zeggen: arbeidsmarktinformatie moet veel explicieter geproduceerd worden met het oog op bruikbaarheid met betrekking tot beleidstoepassingen.

6. Welke informatie is volgens de gebruikers nodig om de samenhang tussen regionaal arbeidsmarktbeleid en de operationele uitvoering op de werkpleinen te bevorderen en daarmee de totstandkoming van lokale en regionale actieplannen?

Uit het materiaal blijkt dat deelnemers de bovenstaande samenhang niet ervaren als een groot knelpunt. Wij constateren in de focusgroepen een grote behoefte aan duiding en coördinatie bij de 'gewone' gebruikers van arbeidsmarktinformatie. Zij willen niet zozeer meer of betere informatie als wel uitleg wat het betekent en iemand die de verschillende onderdelen (bronnen of informatiesets) met elkaar verbindt. De gemiddelde regionale speler op de arbeidsmarkt is erg gericht op de arbeidsmarktpraktijk en heeft een vrij pragmatische houding. Het gaat hem of haar vooral om wat het beste is om te doen in de regio.

7. Welke informatie is nodig om de samenhang in het arbeidsmarktbeleid tussen sectoren en werkpleinen te bevorderen?

In de focusgroepen is dit 'knelpunt' niet naar voren gekomen als een probleem dat speelt in de praktijk.

8. Wat zijn de witte vlekken (ontbrekende noodzakelijke informatie): welke informatie ontbreekt om tot het opstellen van goede lokale en regionale arbeidsmarktplannen en tot voornoemde samenhang te komen?

Zowel vraag 7 als 8 worden ons inziens vooral beantwoord in het RvB onderzoek. Op basis van de vergelijking tussen overeenkomsten en verschillen in lacunes die in beide deelonderzoeken aan bod komen, wordt dit echter wel aangescherpt en aangevuld. Centraal punt blijft dat het kwalitatieve onderzoek duidelijk aangeeft dat de kern niet draait om een ontbreken van informatie. Het gaat voor een groot deel om duiding (bijv. als het lappendeken probleem is opgelost, zijn er nog steeds oplossingen nodig om de informatie toegankelijk te maken) en coördinatie (een te veel aan informatie is in essentie ook een coördinatie probleem: wie zorgt ervoor dat er minder aanbieders komen, of dat partijen met elkaar in overleg gaan?).

9. Hoe zouden deze witte vlekken ingevuld kunnen worden en welke partij(en) zou(den) hiertoe het initiatief moeten nemen?

Zoals het nu lijkt zijn het vooral de consumenten 'plus' (en producenten 'min') die een tussenpositie vertegenwoordigen, en intermediaire organisaties die expertise in huis hebben om informatie te duiden, die een rol kunnen spelen in knelpunten van duiding en coördinatie. Het ontbreekt in de regio aan een duidelijk regisseur zoals we net ook al constateerden. Wij zien dat er verschillende partijen deze rol vervullen, soms de provincie, maar vaak ook interne of externe adviseurs en onderzoekers. Het nadeel daarvan is dat er geen systematische en gestructureerde aanpak plaats vindt. Het UWV zou zich hier een plaats kunnen verwerven op basis van haar expertise als het om arbeidsmarktinformatie gaat. Zij heeft echter niet bij alle partijen een natuurlijke voorkeur voor deze rol.

Met betrekking tot de andere twee onderzoeksvragen 'Wat zijn ervaringen van gebruikers van arbeidsmarktinformatie?' en 'Hoe wordt arbeidsmarktinformatie in de praktijk gebruikt?', zijn de conclusies van het kwalitatieve onderzoek als volgt:

1. Arbeidsmarktinformatie wordt als een complex begrip ervaren. Er zijn heel veel soorten van arbeidsmarktinformatie, naast de statistische arbeidsmarktinformatie of informatie op basis van registraties. Veel arbeidsmarktinformatie is niet kwantitatief maar juist kwalitatief.
2. Gebruikers herkennen zich ten dele in de informatieknelpunten die in het RvB rapport worden benoemd. Door herijking van de primaire bronnen wordt een aanzienlijk deel van deze knelpunten opgelost. Echter, de informatieproblemen of 'witte vlekken' zijn minder groot dan knelpunten op het gebied van duiding en coördinatie. Deze twee thema's worden aangestipt in het RvB rapport, maar door de deelnemers aan het kwalitatieve onderzoek naar voren gehaald als twee centrale aandachtspunten.
3. Het hanteren van een onderscheid tussen data- en praktijkgestuurde arbeidsmarktinformatie is van groot belang om grip te krijgen op de complexe praktijk van arbeidsmarktinformatie. De werkelijkheid is weerbarstiger dan we vaak denken. Arbeidsmarktinformatie kent verschillende functies al naar gelang de omgeving waarin het wordt gebruikt. Zelfs al zijn informatieknelpunten opgelost, dan zijn andersoortige, meer omgevingsgerichte knelpunten daarmee nog niet aangepakt. Ook hier blijkt een duiding- en coördinatievraagstuk de kern te vormen. Het gaat om de context die bepalend is voor de vraag hoe informatie geïnterpreteerd mag/kan worden (duiding) en het gaat daarbij om een specifieke vorm (bijvoorbeeld gedetailleerde rapporten of puntsgewijze flyers) van deze informatie, die door iemand gemaakt moet worden (coördinatie).

Hoofdstuk 1

Inleiding

Leeswijzer

In de inleiding gaan we in op de centrale vraag van dit onderzoek. Het onderzoek dat het CAB heeft uitgevoerd is onderdeel van de opdracht die de RWI aan Research voor Beleid (RvB) en het CAB heeft gegeven. RvB heeft zich vooral gericht op de vraag naar wat de 'state of the art' is op het vlak van arbeidsmarktinformatie, de onderzoeksvraag van het CAB is complementair daaraan en richt zich op de gebruikers van arbeidsmarktinformatie. Wij maken in **hoofdstuk 1** een conceptuele verkenning van de centrale begrippen in dit onderzoek.

In **hoofdstuk 2** worden de uitkomsten van een literatuuronderzoek door RvB naar gebruikers en gebruik van arbeidsmarktinformatie besproken. Daarin worden de volgende vragen beantwoord:

1. In hoeverre zijn gebruikers bekend met arbeidsmarktonderzoek?
2. Hoe wordt arbeidsmarktonderzoek gebruikt?
3. Wat vinden gebruikers van de beschikbare arbeidsmarktinformatie?
4. Aan welke informatie hebben gebruikers nog behoefte?

In **hoofdstuk 3** maken wij een analyse van de vier focusgroepen en de vragenlijst die telkens voorafgaand aan de focusgroepen zijn afgenomen als input voor de sessies. Hierin komen arbeidsmarktinformatiebronnen aan bod en wordt ingegaan op de vraag hoe arbeidsmarktthema's worden geagendeerd. Ook wordt aandacht besteed aan behoeften en wensen van de betreffende deelnemers. In dit hoofdstuk worden ook verschillende soorten gebruikers benoemd en de functies waarin zij arbeidsmarktinformatie toepassen.

Deze verschillende functies worden nader bekeken in **hoofdstuk 4**. Wij gaan hier in op de vraag voor welke functies professionals arbeidsmarktinformatie gebruiken. De conclusie is dat arbeidsmarktinformatie geen eenduidig begrip is. Niet alleen worden er door de gebruikers vele definities gehanteerd, maar ook de context waarin de arbeidsmarktinformatie wordt gebruikt blijkt erg belangrijk te zijn voor de functie. Wij onderscheiden hier een zestal functies die wij aan de hand van de uitkomsten van de focusgroepen verder toelichten.

Vervolgens worden in **hoofdstuk 5** de ervaren knelpunten en lacunes die door de deelnemers naar voren zijn gebracht in de focusgroepen gecombineerd met de uitkomsten van het RvB onderzoek. RvB onderscheidt op vijf deelgebieden diverse lacunes die variëren in mate van urgentie. Uit de combinatie van beide onderzoeken waar RvB zich richt op de arbeidsmarktinformatiebronnen en het CAB op de gebruikers van deze bronnen, blijkt dat de vragen in de deelonderzoeken bepalen hoe arbeidsmarktinformatie wordt geanalyseerd.

In het laatste hoofdstuk, **hoofdstuk 6**, trekken we de conclusies en beantwoorden we de onderzoeksvragen die de RWI heeft gesteld.

1.1 Achtergrond

De Raad voor Werk en Inkomen (RWI) is eind 2010 een project opgestart waarin het gebruik van arbeidsmarktinformatiebronnen centraal staat. Met dit project wordt beoogd een bijdrage te leveren aan het innoveren, verbeteren en afstemmen van beleidsrelevante arbeidsmarktinformatie en de toepassing ervan met name op regionaal niveau. Feit is dat arbeidsmarktinformatiebronnen niet altijd even optimaal functioneren wat de werking van een efficiënte en transparante arbeidsmarkt in de weg staat. Er wordt ook wel gesproken over een lappendeken van arbeidsmarktinformatie omdat de hoeveelheid informatiebronnen de laatste jaren snel is toegenomen. Dit heeft de overzichtelijkheid niet bevorderd. Aan de andere kant is het ook niet helder hoe gebruikers van arbeidsmarktinformatie deze informatie beoordelen en gebruiken. Hier is de volgende paradox illustrerend: 'Als er geen arbeidsmarktinformatie beschikbaar is zijn partijen van mening dat er geen (goed) beleid geformuleerd kan worden, als de arbeidsmarktinformatie wel beschikbaar is wordt het daarentegen vaak niet gebruikt'. Kortom, het ontbreekt aan inzicht op de werking van de arbeidsmarkt waarbij arbeidsmarktinformatie een meer of minder belangrijke rol speelt.

De invalshoek van dit onderzoek is na te gaan hoe de huidige situatie door gebruikers wordt ervaren en hoe er beter ingespeeld kan worden op hun behoeften. De RWI wil met dit onderzoek niet alleen een inventarisatie leveren van veel gebruikte arbeidsmarktinformatiebronnen waarin (meer technische) knelpunten en lacunes worden blootgelegd, ook is er expliciet aandacht voor de ervaringen, wensen en behoeften van gebruikers van arbeidsmarktinformatie. Door op deze verschillende aspecten in te gaan wil het gehele rapport uiteindelijk inzicht bieden in het feitelijke gebruik van arbeidsmarktinformatie en aanbevelingen doen die nauw op ervaringen uit de praktijk aansluiten.

Voor dit project zijn twee onderzoeksbureaus aangetrokken die elk een deel van het onderzoek voor hun rekening hebben genomen. Voor het eerste deel van het onderzoek, een state of the art studie van arbeidsmarktinformatiebronnen, is het onderzoeksbureau Research voor Beleid (RvB) aangetrokken. Het tweede deel van het onderzoek, waarin de focus ligt op de ervaringen en behoeftes van gebruikers van arbeidsmarktinformatiebronnen, is door het CAB uitgevoerd.

Naast de RWI is ook het UWV Werkbedrijf verbonden aan dit project. Het UWV heeft van het Ministerie van SZW de wettelijke opdracht gekregen om de in totaal 30 verschillende regio's in Nederland van goede regionale arbeidsmarktinformatie te voorzien, dit heeft geresulteerd in de zogeheten Basissets Regionale Arbeidsmarktinformatie. UWV werkt momenteel aan een upgrading van dit systeem. De samenwerking met de RWI in dit project kan dan ook in dit licht gezien worden.

1.2 Conceptueel kader

In eerder onderzoek over arbeidsmarktinformatie is veelal uitgegaan van de vanzelfsprekendheid dat wanneer informatie aantoonbare meerwaarde heeft en goed toegankelijk is, het gebruik van informatie zal toenemen, beleidsinstrumenten gericht kunnen worden ingezet, en knelpunten op de arbeidsmarkt beter aangepakt kunnen worden. Het blijkt dat deze aanname in de praktijk vaak niet opgaat. Het gebruik van arbeidsmarktinformatie hangt namelijk ook af van de percepties en kwaliteit van de verschillende gebruikers op verschillende niveaus (micro, meso, macro). Een treffend

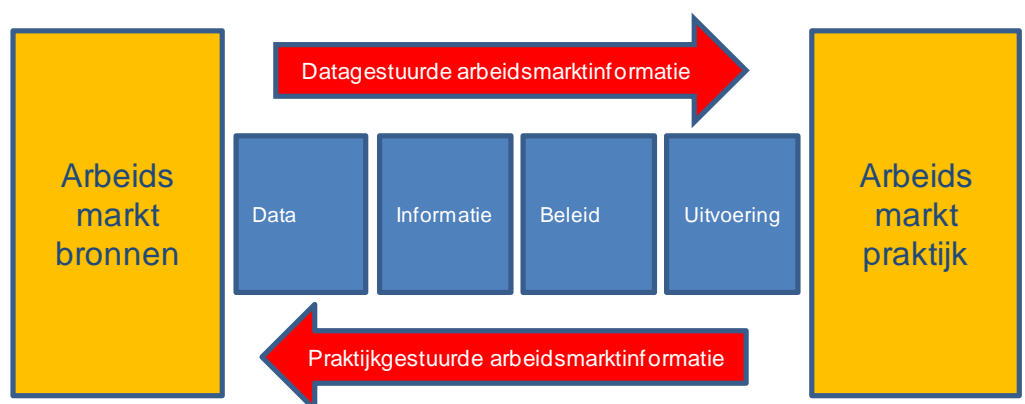
voorbeeld hiervan komt naar voren in de jaarlijkse Divosa-monitor die onder managers sociale zaken wordt verspreid. Ieder jaar wordt opnieuw duidelijk dat er een discrepantie is tussen de wel degelijk aanwezige arbeidsmarktinformatie en het gebruik daarvan door beleidsmakers. Ook uit de door de RWI jaarlijks uitgevoerde Arbeidsmarktenquête blijkt dat percepties op arbeidsmarktontwikkelingen (toekomstige) knelpunten op de arbeidsmarkt mede bepalen.

In een onderzoek dat gaat over ervaringen van gebruikers met arbeidsmarktinformatiebronnen, is de vraag naar hoe deze informatie samenhangt met arbeidsmarktbeleid cruciaal. Arbeidsmarktinformatie staat niet op zich, maar is ingebed in de praktijk. Vragen als hoe gebruikers informatie gebruiken, beoordelen en duiden hangen dan ook sterk samen met de vraag hoe men deze informatie feitelijk gebruikt. Hier kunnen verschillende perspectieven worden ingenomen, zoals bijvoorbeeld:

- Arbeidsmarktinformatie is een hulpmiddel voor arbeidsmarktprobleemidentificatie
- Arbeidsmarktinformatie wordt gebruikt ter ondersteuning bij het formuleren van arbeidsmarktbeleid
- Arbeidsmarktinformatie dient ter ondersteuning voor het operationaliseren van arbeidsmarktbeleid
- Arbeidsmarktinformatie dient als instrument voor evaluatie van beleid

In dit onderzoek zijn niet zozeer de informatiebronnen leidend, maar willen wij de relatie tussen arbeidsmarktinformatie en arbeidsmarktbeleid benadrukken. Op deze manier kunnen wij een scherp oog houden voor hoe gebruikers arbeidsmarktinformatie feitelijk gebruiken en op welke manier(en) bepaalde ervaringen of wensen en behoeftes geïnterpreteerd kunnen worden. In nauw overleg met de RWI is er daarom voor gekozen om de vraag naar ervaringen, wensen en behoeftes van gebruikers van arbeidsmarktinformatiebronnen vanuit twee perspectieven te benaderen. Arbeidsmarktinformatie kan namelijk beschouwd worden als onderdeel van een keten, waarin als het ware twee richtingen mogelijk zijn:

Figuur 2: Richtingen en accenten in gebruik van arbeidsmarktinformatie



Eenzijds is er de richting waar arbeidsmarktinformatie als noodzakelijk wordt gezien om arbeidsmarktproblemen te identificeren, deze om te zetten naar beleid en daarmee de uitvoering te coördineren. Wij noemen dit datagestuurde informatie. De informatie wordt uit de arbeidsmarktdata gehaald en geeft daarmee inzicht in de arbeidsmarktpraktijk. Dit zijn bijvoorbeeld arbeidsmarktverkenningen en arbeidsmarktmonitoren. Door data systematisch te verzamelen en te analyseren worden (regionale of sectorale) knelpunten geïdentificeerd. Deze identificatie van knelpunten is dan leidend voor het beleid en de uitvoering. Met andere woorden, arbeidsmarktinformatie bepaalt hier het handelen in de arbeidsmarktpraktijk.

Anderzijds is er de richting waar arbeidsmarktinformatie ontstaat uit signalen uit het netwerk. De arbeidsmarktinformatie is in dit geval meer gebaseerd op ervaring en kennis van de arbeidsmarktpraktijk. Wij noemen dit daarom praktijkgestuurde informatie. Denk bijvoorbeeld aan beleidsbeslissingen die vooroplopen op arbeidsmarktinformatie, waar arbeidsmarktinformatie achteraf in plaats van vooraf wordt ingezet. Een ander voorbeeld zijn arbeidsmarkt knelpunten die zichtbaar worden door signalen uit het netwerk van beleidsmedewerkers. Op basis hiervan kunnen dan weer nieuwe of bestaande netwerken worden ingezet om het probleem aan te pakken. Hierbij is de objectieve arbeidsmarktinformatie meer relevant als het om de beoordeling en evaluatie van de uitvoering van beleid gaat. Dit laatste spoor wordt ook door Blaauwberg genoemd in haar onderzoek *Arbeidsmarktontwikkelingen in de metalektro in de Stedendriehoek* (juli, 2010).

Uit de focusgroepen en de interviews blijkt dat beide richtingen vaak tegelijkertijd voorkomen. Door zowel te kijken naar data- als praktijkgestuurde arbeidsmarktinformatie is het mogelijk een completer beeld krijgen van het feitelijk gebruik van arbeidsmarktinformatie. Dit stelt ons ook beter in staat een advies te formuleren dat niet alleen gebaseerd is op de meer klassieke benadering die uitgaat van arbeidsmarktinformatie als een noodzakelijke stap voorafgaand aan arbeidsmarktbeleid. Uit analyse van de focusgroepen blijkt bovendien dat gebruikers niet altijd de hele 'trits' volgen van data naar beleid of omgekeerd. Sommige gebruikers concentreren zich op één van deze onderdelen, bijvoorbeeld beleid of uitvoering. Denk aan het gebruik van informatie als sociaal bindmiddel of de gemeenschappelijke uitvoering benutten als een mogelijkheid om het netwerk te versterken.

1.3 Onderzoeksvragen

Het onderzoek naar het feitelijke gebruik van arbeidsmarktinformatie in de praktijk en lacunes daarin, is door het CAB in nauwe samenwerking met de RWI uitgevoerd. De RWI fungeerde als klankbord en sparringpartner in het formuleren en verder ontwikkelen van de verschillende onderzoeksvragen die in dit project centraal staan. Deze onderzoeksvragen naar arbeidsmarktinformatie zijn complex en er is de laatste jaren veel geschreven over het onderwerp arbeidsmarktinformatie. Toch blijkt dat ondanks de hoeveelheid onderzoek er in de praktijk weinig efficiënte veranderingen te zien zijn of dat de vraag zich blijft herhalen.

Samen met de RWI wil het CAB met dit deelproject vragen op het gebied van arbeidsmarktinformatie op een meer fundamenteel niveau bespreken. Dit is alleen mogelijk als er samen met gebruikers van arbeidsmarktinformatie de diepte in wordt gegaan. Er is dan ook gekozen voor een kwalitatieve insteek waarin expliciet het gesprek met gebruikers van arbeidsmarktinformatie is aangegaan. In de opzet van het onderzoek is over en weer veel aandacht besteed aan het invullen van de kwalitatieve methodologie om een goede input van

de gebruikers van arbeidsmarktinformatie te garanderen. Ook is hierbij geprobeerd een zo representatief mogelijke afspiegeling te krijgen van gebruikers van arbeidsmarktinformatie.

Om de centrale onderzoeksvragen te beantwoorden is er in overleg met de RWI voor gekozen om gebruik te maken van zogeheten focusgroepen aangevuld met vragenlijsten. Ook zijn er enkele oriënterende interviews afgenomen en kan het onderzoek van RvB mede als een kwalitatieve bron van gegevens worden beschouwd. De focusgroepen en de bijbehorende vragenlijsten vormen de kern van het kwalitatieve onderzoek waarin de ervaringen van de gebruikers centraal staan.

Deze opzet sluit aan op het doel van kwalitatief onderzoek, namelijk met een open, maar kritische blik aandacht te hebben voor hoe arbeidsmarktinformatie in de praktijk wordt gebruikt en ervaren. Hierbij zijn zoals gezegd niet zozeer de bronnen leidend, maar juist de relatie tussen arbeidsmarktinformatiebronnen en arbeidsmarktbeleid. Door een kwalitatieve insteek te hanteren waar volop ruimte is voor ervaringen van respondenten met arbeidsmarktinformatie is het mogelijk om 1) beter zicht te krijgen op hoe mensen arbeidsmarktinformatie in de praktijk gebruiken en 2) de ervaringen en behoeftes van gebruikers in hun context beter te interpreteren. De genoemde kwalitatieve methode van focusgroepen en vragenlijsten hebben we dan ook gekozen om meer grip te krijgen in het waarom en hoe mensen bepaalde handelingen verrichten of keuzes maken ten aanzien van arbeidsmarktinformatie. Van belang is op te merken dat een dergelijke keuze ten koste gaat van statistische analysemogelijkheden.

In de verkennende fase van het onderzoek is een onderzoeker van het CAB tweemaandelijks bij de RWI in Den Haag gedetacheerd geweest om juist in de beginfase snel vorderingen te maken. Ook in de tussentijdse bijeenkomst met de begeleidingscommissie op dinsdag 5 april 2011 is expliciet aandacht besteed aan de opzet van de focusgroepen. Voor een bespreking van de methodologische opzet en verantwoording verwijzen wij naar de bijlage sectie.

Centrale vragen

De twee generieke vragen die in dit onderzoek centraal staan, zijn:

1. **Wat zijn de percepties en ervaringen van gebruikers van arbeidsmarktinformatie?**
2. **Hoe worden arbeidsmarktinformatiebronnen in de praktijk feitelijk gebruikt?**

De negen onderzoeksvragen (zie voor een overzicht ook de samenvatting of conclusies) die gebaseerd zijn op de twee hoofdvragen, komen in dit rapport in de verschillende hoofdstukken terug:

In hoofdstuk drie bespreken we de vraag of *gebruikers de informatie weten te vinden* (subvraag 1) door in te gaan op welke bronnen deskundigen allemaal benoemen en of men in staat is deze bronnen te vinden. Daarnaast komen in dit hoofdstuk voorbeelden aan bod die ingaan op de vraag *hoe gebruikers met informatie omgaan en hoe zij deze beoordelen* (2) en de vraag *of de informatie aansluit op hun behoeften* (3).

In hoofdstuk vier geven wij ook voorbeelden van hoe gebruikers met informatie omgaan en hoe zij deze beoordelen. In zowel hoofdstuk vier als vijf wordt daarbij de vraag verkend *hoe de witte vlekken (ontbrekende noodzakelijke informatie) ingevuld zouden kunnen worden en welke partij(en) hiertoe het initiatief zou(den) moeten nemen* (9).

In hoofdstuk vijf besteden wij wederom aandacht aan de vraag of de informatie aansluit op de behoeftes van gebruikers (3) en combineren wij de uitkomsten van het onderzoek van RvB met de uitkomsten uit de focusgroepen waar overeenkomsten en verschillen aan bod komen. Hier gaan we specifiek in op de vraag *of er lacunes zijn op het vlak van arbeidsmarktinformatie en of gebruikers knelpunten ondervinden* (4). Verder wordt de vraag besproken *hoe gebruikers informatie zodanig vertalen, dat zij in staat zijn beleidsbeslissingen te formuleren* (5), een vraag die de logica van de datagestuurde informatieketen volgt. Deze logica komt met name in hoofdstuk vijf aan de orde. Ook besteden we aandacht aan de vraag *welke informatie is volgens de gebruikers nodig om de samenhang tussen regionaal arbeidsmarktbeleid en de operationele uitvoering op de werkpleinen te bevorderen en daarmee de totstandkoming van lokale en regionale actieplannen* (6). Uit het onderzoeksmateriaal blijkt dat deelnemers de bovenstaande samenhang niet ervaren als een groot knelpunt.

De twee resterende vragen *welke informatie is nodig om de samenhang in het arbeidsmarktbeleid tussen sectoren en werkpleinen te bevorderen?* (7) en *welke informatie ontbreekt om tot het opstellen van goede lokale en regionale arbeidsmarktplannen en tot voornoemde samenhang te komen?* (8) worden vooral beantwoord in het RvB onderzoek. Het knelpunt zoals gesteld in vraag zeven is in de focusgroepen niet naar voren gekomen als een probleem dat speelt in de praktijk. Over beide vragen is op basis van hoofdstuk vijf waarin een vergelijking wordt gemaakt tussen lacunes echter wel het een en ander te zeggen.

1.4 De relatie tussen beide deelonderzoeken

Zoals gezegd bestaat het onderzoek naar gebruik van arbeidsmarkt informatiebronnen uit twee delen (zie paragraaf 1.1). Tijdens het onderzoek heeft er diverse malen afstemming plaatsgevonden tussen beide onderzoeksbureaus om een goede aansluiting tussen de twee onderdelen van het onderzoek te verkrijgen.

De twee deelrapporten vormen uiteindelijk samen het onderzoeksrapport. Daartoe is ook een gemeenschappelijk hoofdstuk geschreven, samen met de RWI, waarin de conclusies uit beide rapporten met elkaar worden verbonden. Elk deelonderzoek heeft een eigen vraagstelling: RvB heeft de inhoud en samenhang van arbeidsmarkt informatiebronnen geïnventariseerd en zich gebogen over de vraag hoe dit zich verhoudt tot de Basissets Regionale Arbeidsmarkt informatie van UWV WERKbedrijf. Hierin is een meer kwantitatieve en technische invalshoek gekozen.

Het CAB vertrekt vanuit een kwalitatieve insteek om de ervaringen van gebruikers van arbeidsmarkt informatiebronnen boven tafel te krijgen. Het CAB rapport maakt een verbinding tussen beide onderzoeken door de knelpunten die door deelnemers genoemd worden te koppelen en te vergelijken met de lacunes die in het rapport van RvB over arbeidsmarkt informatiebronnen worden genoemd. Het RvB onderscheidt knelpunten op de

vijf deelgebieden van werkgelegenheid, vacatures, werkzoekenden en uitkeringsgerechtigden, onderwijs, en mobiliteit, die zijn ingeschaald op een schaal van 1 (zeer ernstig) t/m 3 (vervelend, maar niet ernstig).

In de verdere analyse wil het CAB een viertal knelpunten toelichten die in het gebruik van (arbeidsmarkt)informatie herkend kunnen worden, namelijk: gebruikers ervaren een tekort aan arbeidsmarktinformatie, een *overload* aan arbeidsmarktinformatie, de informatie is niet optimaal (gebrek aan coördinatie), of er is een gebrek aan duiding.

Hoofdstuk 2

Uitkomsten literatuuronderzoek gebruikers¹

2.1 Inleiding

Dit hoofdstuk bevat een inventarisatie van de reeds bestaande kennis over het gebruik en de gebruikers van arbeidsmarktinformatie. Wij hebben hiervoor een aantal rapporten doorgenomen en de belangrijkste punten overzichtelijk samengevat.

Over het gebruik van arbeidsmarktinformatie zijn de volgende vragen te stellen:

- In hoeverre zijn gebruikers bekend met arbeidsmarktonderzoek?
- Hoe wordt arbeidsmarktonderzoek gebruikt?
- Wat vinden gebruikers van de beschikbare arbeidsmarktinformatie?
- Aan welke informatie hebben gebruikers (nog) behoefte?

2.2 In hoeverre zijn gebruikers bekend met arbeidsmarktonderzoek?

De bij gebruikers bekende leveranciers van arbeidsmarktonderzoek zijn: CWI (UWV Werkbedrijf), CBS, CPB, UWV (rest), provincies en gemeenten, onderzoeksinstituten en universiteiten, en arbeidsbemiddelende instanties, waaronder uitzendbureaus. (Research voor beleid (2003) 'De informatievoorziening van de afdeling arbeidsmarktkennis')

Informatie over verschillende bronnen

- Arbeidsmarktprognoses door CWI worden over het algemeen goed gebruikt door bestuurders en beleidsmakers (Research voor beleid (2003) 'De informatievoorziening van de afdeling arbeidsmarktkennis')
- Ook de arbeidsmarktprognoses naar opleiding en beroep, uitgevoerd door ROA, zijn goed bekend, worden redelijk tot goed gebruikt (door sommige beleidsmakers wordt het als basismateriaal gezien, andere gebruiken het niet tot nauwelijks) waarbij vooral de aandacht uitgaat naar ontwikkelingen op de lange termijn. (Research voor beleid (2003) 'De informatievoorziening van de afdeling arbeidsmarktkennis')
- De Schoolverlatersbrief (een tot een aantal jaren geleden bestaand document om te informeren over de kansen op de arbeidsmarkt) wordt door beleidsmakers en RWI gebruikt, maar komt te laat en is daardoor enigszins gedateerd. (Research voor beleid (2003) 'De informatievoorziening van de afdeling arbeidsmarktkennis')
- Respondenten zijn wel bekend met beschikbare data van Colo. Ze willen graag regionale info en de duiding van kwantitatieve data is ook belangrijk. (interviewverslagen voor Research voor beleid (2008) 'Versterking regionale arbeidsmarktinformatie: een inventarisatie van bronnen en enige mogelijke scenario's')
- De Nota Werken in Onderwijs wordt redelijk intensief gebruikt door de verschillende actoren in het onderwijsveld, als naslagwerk, toetssteen en/of benchmark. (Research voor beleid (2006) 'Gebruikers- en behoefte-onderzoek Nota werken in het onderwijs')

¹ Dit hoofdstuk is afkomstig uit het deelonderzoek van onderzoeksbureau RvB. Omdat dit hoofdstuk inhoudelijk aansluit op de centrale vragen van het CAB deelonderzoek is samen met de RWI en RvB besloten dit hoofdstuk hier op te nemen.

2.3 Hoe wordt arbeidsmarktinformatie gebruikt?

Het doel van arbeidsmarktinformatie is in het algemeen het vergroten van de transparantie van de arbeidsmarkt zodat werkgevers en werkzoekende elkaar beter weten te vinden. (Consult (2010) 'Onderzoeksprogramma Arbeidsmarkt Zorg en WJK 2010')

Beleidsdoeleinden

Meer specifiek kan een groot aantal beleidsdoeleneinden van arbeidsmarktinformatie worden geformuleerd: (strategisch) arbeidsmarkt-, HRM-/personeelsbeleid en personeelsplanning; werving- en selectiebeleid; mobiliteitsbeleid; opleidingsbeleid (stages en opleidingen eigen personeel); managementinformatie (informerende, mobiliserende, creëren van gevoel van urgentie of draagvlak); arbeidsmarktcommunicatie en branding (promoten van aantrekkelijkheid als werkgever); als input voor de invulling van onderwijsprogramma's; achtergrondinformatie (Consult (2010) 'Onderzoeksprogramma Arbeidsmarkt Zorg en WJK 2010')

Voor de landelijke actoren kunnen ook de volgende beleidsdoelstellingen nog onderscheiden worden: input voor eigen beleid; belangenbehartiging, advisering en ondersteuning van onderwijsinstellingen, werkgevers, werknemers en/of werkzoekenden; informatie ten behoeve van onderhandelingen over en afsluiten van CAO's. (Consult (2010) 'Onderzoeksprogramma Arbeidsmarkt Zorg en WJK 2010')

Op microniveau wordt de arbeidsmarktinformatie vooral gebruikt als input voor het eigen (strategisch) HRM-beleid c.a. Op meso- en macro-niveau gaat het naast input voor eigen beleid vooral om ondersteuning en (beleids)advies van de aangesloten organisaties/achterban. (Consult (2010) 'Onderzoeksprogramma Arbeidsmarkt Zorg en WJK 2010')

Beroepskeuze

Voor een adequaat studie- en beroepskeuzevoorlichtingsbeleid lijkt in elk geval de volgende arbeidsmarktinformatie nuttig:

1. informatie over de arbeidsmarktperspectieven van beroepen en opleidingen na het behalen van het diploma (prognoses van vraag en aanbod)
2. informatie over de mate waarin iemand na het volgen van een opleiding afhankelijk is van de perspectieven van een bepaalde beroepsgroep of een bepaalde bedrijfssector (indicaties van de uitwijkmogelijkheden op de arbeidsmarkt)
3. informatie over de werkzekerheid op de lange termijn in een bepaalde beroepsgroep: indicaties van de conjunctuurgevoeligheid. (Grip, A. de en Heijke, J.A.M. (1994) 'De aansluiting onderwijs-arbeidsmarkt: regionale arbeidsmarktinformatie')

Bedrijven

- Bedrijven maken nauwelijks gebruik van arbeidsmarktinfo op macro-niveau. Ze maken ook nauwelijks gebruik van en werken niet samen met het UWV. (Blauwberg (2010) 'Arbeidsmarktontwikkelingen in de meta- en elektro in de stedendriehoek: analyse- en projectvoorstel')
- MKB-bedrijven passen hun strategie niet aan op abstracte noties. Het is immers voor een mkb-bedrijf veel overzichtelijker te redeneren vanuit het geheel van de eigen productiefactoren (uitzendkrachten inhuren, productie en automatisering aanpassen, zaken uitbesteden of samenwerkingsverbanden aangaan, harder gaan werken, een

wat hoger salaris bieden), dan in een bedrijf met dertig medewerkers te gaan werken met een personeelsvoorzieningsplan voor de lange termijn. Men herkent het algemeen beeld vanuit de macrogegevens, maar ziet het eigen bedrijf als uitzondering. (Blauwberg (2010) 'Arbeidsmarktontwikkelingen in de metaalektro in de stedendriehoek: analyse- en projectvoorstel')

- Al met al valt vooral het dat tussen macro-ontwikkelingen (vergrijzing, krapte) en de microbeleving van bedrijven op, met als uitzondering de noodzaak tot scholing en het imago. (Blauwberg (2010) 'Arbeidsmarktontwikkelingen in de metaalektro in de stedendriehoek: analyse- en projectvoorstel')

2.4 Wat vinden gebruikers van de beschikbare arbeidsmarktinformatie?

Het is van groot belang om bij de vergaring en presentatie van arbeidsmarktinformatie duidelijk te zijn over de definitie van de cijfers, hoe deze cijfers tot stand zijn gekomen en hoe betrouwbaar ze zijn. (Research voor beleid (2003) 'De informatievoorziening van de afdeling arbeidsmarktkennis')

Over het algemeen zijn gebruikers tevreden over de arbeidsmarktprognoses van het CWI. Het geeft goede informatie over aantallen NWW-ers, vacatures en beroepsbevolking. (Research voor beleid (2003) 'De informatievoorziening van de afdeling arbeidsmarktkennis')

Kwantitatief versus kwalitatief

Over het algemeen hebben gebruikers grote behoefte aan cijfermateriaal, zeker op microniveau, maar dit moet wel kwalitatief geduid worden.

- Vooral op meso- en macroniveau wordt ook belang gehecht aan meer kwalitatief getinte informatie c.q. duiding van de kwantitatieve gegevens en vertaling naar het beleid. (Consult (2010) 'Onderzoeksprogramma Arbeidsmarkt Zorg en WJK')
- Een voorbeeld dat dit ook kan gelden op microniveau is de gewenste duiding van informatie over de onderkant van de arbeidsmarkt. (uit: interviewverslagen voor: Research voor beleid (2008) 'Ontwikkeling arbeidsmarktmonitor onderkant Amersfoort')
- Over het algemeen hecht men het meest aan informatie over 'kwantitatieve' onderwerpen en minder aan kwalitatieve onderwerpen. (Consult (2010) 'Onderzoeksprogramma Arbeidsmarkt Zorg en WJK')

Timing

- Timing van beschikbaar komen van arbeidsmarktinformatie is belangrijk. Over hoe vaak en wanneer bestaat echter niet direct overeenstemming, bijvoorbeeld 1 of 2 keer per jaar, met eventueel een update per kwartaal. (uit: interviewverslagen voor: Research voor beleid (2008) 'Ontwikkeling arbeidsmarktmonitor onderkant Amersfoort')
- In het onderwijs wordt beleid bijvoorbeeld gevoerd per schooljaar en is het dus van belang om informatie aan het begin van het kalenderjaar beschikbaar te laten komen zodat dit voor het komende schooljaar kan worden meegenomen. (interviewverslagen voor: Research voor beleid (2006) 'Gebruikers- en behoefte-onderzoek Nota werken in het onderwijs')

Voorspellingen

- In het hoofdstuk over de ROA arbeidsmarktprognose naar opleiding en beroep van het onderzoek over arbeidsmarktprognoses van het CWI komt naar voren dat er enige discussie bestaat over de mogelijkheden om betrouwbare voorspellingen te doen (Research voor beleid (2003) 'De informatievoorziening van de afdeling arbeidsmarktkennis')
- Hetzelfde geldt voor de lerarenprognoses uit de Nota Werken in het Onderwijs. Hierbij gaat het o.a. over de manier waarop wordt omgegaan met varkenscycli. (Consult (2010) 'Onderzoeksprogramma Arbeidsmarkt Zorg en WJK 2010')
- Voorspellingen Arbeidsmarktprognoses CWI zijn wel snel verouderd en door snel veranderende omstandigheden ook snel achterhaald. (Research voor beleid (2003) 'De informatievoorziening van de afdeling arbeidsmarktkennis')
- Van groot belang is het onderscheid naar de verschillende kwalificatieniveaus van het beroepsonderwijs. Veel kenniscentra hechten meer belang aan landelijke cijfers uitgesplitst naar kwalificatie dan aan regionale cijfers, waarbij die uitsplitsing niet mogelijk is en verschillende kwalificaties samen moeten worden genomen (uit: Research voor beleid (2008) 'Versterking regionale arbeidsmarktinformatie: een inventarisatie van bronnen en enige mogelijke scenario's')

Sectorspecifiek

- In het onderwijs blijkt er grote behoefte te bestaan aan kwantitatief getinte arbeidsmarktinformatie. Vooral informatie over mobiliteit (in-, uit- en doorstroom) en in- en uitstroom in het zorgonderwijs scoren hoog als relevante thema's. (Consult (2010) 'Onderzoeksprogramma Arbeidsmarkt Zorg en WJK 2010')

2.5 Aan welke informatie hebben gebruikers (nog) behoefte?

Onderwerpen waarover informatie gewenst is

Tussen de verschillende onderwijssectoren blijken grote verschillen te bestaan wat betreft de interesse in bepaalde thema's. Uit de twee enquêtes blijkt tevens dat de interesse in bepaalde in de nota opgenomen thema's sterk verschilt tussen de grotere schoolbesturen en onderwijsinstellingen aan de ene kant, en deelnemers aan het symposium aan de andere kant:

- Voor de schoolbesturen en onderwijsinstellingen zijn de thema's "Ziekteverzuim van onderwijspersoneel", Arbeidsongeschiktheid en re-integratie van onderwijspersoneel", "Bekwaamheidseisen in het onderwijs", "Personeelsopbouw in het onderwijs", en "Loopbanen van het onderwijspersoneel" de vijf belangrijkste. Voor bezoekers van het symposium zijn de thema's rond de arbeidsmarkttramingen, "De werkgelegenheid in het onderwijs", "Loopbanen van het onderwijspersoneel", "Personeelsopbouw in het onderwijs", en "Vacatures in het onderwijs" het belangrijkste. Hieruit blijkt dat het een grote opgave is in gelijke mate in de behoefte van alle partijen te voorzien. (Research voor beleid (2006) 'Gebruikers- en behoefte-onderzoek Nota werken in het onderwijs')

Er kan een groot aantal onderwerpen worden onderscheiden waarover informatie door verschillende actoren in meer of mindere mate gewenst is: arbeidsproductiviteit; ontwikkelingen op de regionale arbeidsmarkt; werkgelegenheidsstructuur; mobiliteit;

vacatureproblematiek; HRM-beleid; arbeidsvoorwaarden; arbeidsomstandigheden, verzuim en re-integratie; arbeidsbeleving; demografische ontwikkelingen; ontwikkeling van (zorg)vraag; ontwikkeling van omvang en samenstelling van cliëntenbestand; onderwijs- en baankeuze (hoeveel mensen willen in een specifieke sector komen werken en welke beroepen prefereren zij); (arbeidsmarkt)imago van sector; omvang en samenstelling van flexibele schil; competenties zittend personeel; scholing zittend personeel; beschikbare reserves (geregistreerde werklozen naar functie; subsidiemogelijkheden. (Consult (2010) 'Onderzoeksprogramma Arbeidsmarkt Zorg en WJK 2010')

Recentelijk is er ook voor gepleit om bij het denken over re-integratie meer aandacht te besteden aan de vraag van werkgevers en niet uitsluitend gericht te zijn op wat werkzoekenden willen. De informatie die in dit kader verzameld wordt, moet antwoord geven op het volgende type vragen: hoe ziet de regionale werkgelegenheidsstructuur eruit? In welke sectoren vallen knelpunten te verwachten? Wat zijn de gevolgen van ontgroening en vergrijzing voor de vraag naar arbeid? Welke uitbreidings- en vervangingsbehoefte leeft er bij bedrijven? (Monitorgroep AKO (2011) 'Arbeidsmarktinformatie: 'Handreiking'.)

Aggregatieniveau

Uit onderzoek voor Colo blijkt dat niet altijd eenduidig is aan te geven op welk regionaal aggregatieniveau de behoefte aan arbeidsmarktinformatie ligt. Enkele kenniscentra geven aan dat de gemeente het ideale niveau is omdat dan vanaf dit niveau verder is te werken en eventueel te aggregeren naar een hoger niveau (uit: Research voor beleid (2008) 'Versterking regionale arbeidsmarktinformatie: een inventarisatie van bronnen en enige mogelijke scenario's')

Nog te weinig informatie over

- Inzicht nodig in moeilijk vervulbare vacatures. (uit: interviewverslagen voor: Research voor beleid (2008) 'Ontwikkeling arbeidsmarktmonitor onderkant Amersfoort').
- Onderkant van de arbeidsmarkt (interviewverslagen voor: Research voor beleid (2008) 'Versterking regionale arbeidsmarktinformatie: een inventarisatie van bronnen en enige mogelijke scenario's').
- Er zou meer aandacht mogen worden besteed aan ZZP'ers. (uit: interviewverslagen voor: Research voor beleid (2008) 'Ontwikkeling arbeidsmarktmonitor onderkant Amersfoort') en (Consult (2010) 'Onderzoeksprogramma Arbeidsmarkt Zorg en WJK 2010.').
- Er zou ook meer aandacht mogen worden besteed aan de competenties van medewerkers. (uit: interviewverslagen voor: Research voor beleid (2008) 'Ontwikkeling arbeidsmarktmonitor onderkant Amersfoort').

Medium

- Over de manier van presentatie van gegevens bestaat ook discussie. De ene partij heeft liever een conferentie/bijeenkomst, terwijl de andere liever een rapport ontvangt omdat er al teveel bijeenkomsten plaatsvinden. Een digitale versie van de onderzoeksresultaten (via website of als pdf) lijkt in ieder geval op prijs gesteld te worden. (uit: interviewverslagen voor: Research voor beleid (2008) 'Ontwikkeling arbeidsmarktmonitor onderkant Amersfoort')

- Uit het onderzoek over arbeidsmarktprognoses van CWI blijkt dat het op prijs wordt gesteld wanneer via internet constant geüpdate cijfers beschikbaar zijn. (Research voor beleid (2003) 'De informatievoorziening van de afdeling arbeidsmarktkennis')

Zorg

- In de sector zorg en welzijn bestaat bij de sector- en brancheorganisaties de behoefte aan lange termijn prognoses (10-15 jaar). Dit omdat hieruit waarschijnlijk duidelijk wordt dat er een groot gat bestaat tussen de huidige situatie en de verwachte situatie groot waardoor mogelijke knelpunten duidelijker aan het licht komen. (Consult (2010) 'Visie onderzoeksprogramma Arbeidsmarkt Zorg en WJK')

Hoofdstuk 3

Gebruik en gebruikers van arbeidsmarktinformatie

3.1 Inleiding

Dit hoofdstuk toont aan de hand van interviews, maar vooral door een viertal focusgroepen input van een bredere groep van gebruikers van arbeidsmarktinformatie. De inbreng van respondenten en de analyse ervan gaat zowel over de vraag of de informatie compleet was of relevant, maar geeft daarbij ook inzicht in de functie die arbeidsmarktinformatie heeft en in welke context de informatie wordt benut.

De verkennende en meer verdiepende interviews zijn gehouden met deskundigen die actief zijn op het terrein van de arbeidsmarkt, zowel aan de producenten kant als aan de consumentenkant. In paragraaf 3.3 zullen we dieper op verschillende soorten gebruikers ingaan, waar we naast producenten en consumenten van arbeidsmarktinformatie ook nog twee tussenposities onderscheiden, namelijk producenten 'min' en consumenten 'plus'.

Focusgroepen

De focusgroepen bestonden uit groepsdiscussies en we hebben gebruik gemaakt van praktijk cases om de discussie te stimuleren. De eerste focusgroep is gehouden met mensen die vooral in de uitvoering van arbeidsmarktbeleid een rol spelen: gemeentelijke beleidsmedewerkers, medewerkers van uitzendbureaus, adviseurs en dergelijke. De tweede en derde focusgroep was samengesteld uit personen die met name betrokken zijn bij regionaal arbeidsmarktbeleid: beleidsmedewerkers van platforms onderwijsarbeidsmarkt, provinciale beleidsmedewerkers, ROC's, regionale partijen en werkgevers. De laatste focusgroep bestond uit deelnemers van landelijke organisaties die betrokken zijn bij regionaal arbeidsmarktbeleid. In de bijlage leggen we uit hoe we tot deze afbakening zijn gekomen en is ook een overzicht te vinden van alle deelnemers aan de focusgroepen.

Een paar zaken die opvallen uit de focusgroepen is dat de eerste uitvoerende focusgroep sterk op de lijn van arbeidsmarktinformatie als politiek middel zat en dat hier ook het verschil tussen private en publieke partijen werd benadrukt. In de andere focusgroepen is het 'politieke' aspect veel minder expliciet aan bod gekomen. Dit kan ermee te maken hebben dat vooral in de landelijke focusgroep dit iets gevoeliger ligt, dan bij deelnemers die aan de kant van de uitvoering zitten en hier veel meer mee te maken krijgen. Ook in de regionale focusgroep Noord kwam dit thema (iets minder uitgebreid) ter sprake.

De twee regionale focusgroepen verschilden in die zin van de twee andere focusgroepen dat het glashelder werd dat veel consumenten (plus) gebruik maken van een combinatie van arbeidsmarktinformatie en vaak data en statistieken moeilijk vinden te interpreteren of geluiden in het veld eenvoudigweg prefereren. De twee regionale focusgroepen verschilden ook van elkaar. De focusgroep Stedendriehoek/Haaglanden bevatte een fors aantal consumenten plus waardoor de rol van deze laag van gebruikers iets duidelijker naar voren kwam.

De landelijke focusgroep was groot en gemêleerd. Deze bestond vooral uit producenten min en consumenten plus. In deze groep werd het punt van afstemming van informatie dat ook aan bod kwam in de regionale focusgroep Stedendriehoek/Haaglanden, beaamd (diverse

organisaties zijn namelijk al bezig met de vraag hoe zij gebruikers beter kunnen bereiken en hun producten kunnen optimaliseren). In de landelijke focusgroep werd ook benadrukt dat ook op landelijk niveau gebruikers een mix gebruiken van informatie en heen en weer switchen tussen verschillende functies van arbeidsmarktinformatie al naar gelang de partij met wie men spreekt. Over de inhoud van thema's en meer specifieke knelpunten op landelijk niveau is weinig gesproken

Vragenlijst

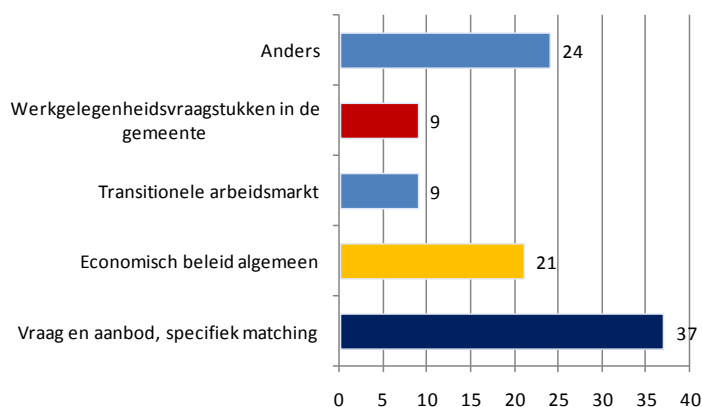
Voorafgaand aan de focusgroepen zijn alle deelnemers gevraagd een korte vragenlijst in te vullen. De bedoeling van deze vragenlijst was om snel input te genereren die bij de focusgroepen kon worden ingebracht. De vragen gingen over de invalshoeken voor gebruik, frequentie van gebruik, soorten bronnen die men gebruikt, waarvoor het werd gebruikt, hoe de agendering van arbeidsmarktthema's plaats vond en wat de behoefte was aan arbeidsmarktinformatie.

Wij willen graag benadrukken dat deze vragenlijst niet bedoeld is als een zelfstandige bron van kennis over het gebruik. De formulering van de vragen, maar ook de interpretatie ervan stond steeds nadrukkelijk in relatie tot de focusgroepen, waaraan de vragenlijst onmiddellijk vooraf ging. De vragenlijst is vooral gericht om zicht te krijgen op wat er leeft binnen een brede gebruikersgroep en te kijken wat het eerst bij mensen opkomt als ze een vraag beantwoorden. Het gaat dus niet zozeer om kwantitatieve informatie maar meer om prioriteiten snel in beeld te brengen. Omdat soms meerdere antwoorden mogelijk waren is er niet altijd een optelling tot 100%. Om de uitkomsten wat meer diepte te geven en meer in het perspectief van de gebruikers te plaatsen zijn citaten uit de focusgroepen en open antwoorden op de vragenlijst ingebracht.

3.2 Definities van arbeidsmarktinformatie

In de van te voren opgestuurde enquête en in de focusgroepen is specifiek de vraag gesteld hoe deskundigen in het veld tegen arbeidsmarktinformatie aankijken. In de enquête was de vraag 'Vanuit welke invalshoek bent u met arbeidsmarktinformatie bezig?', en in de focusgroepen werd de deelnemers gevraagd een definitie te geven van arbeidsmarktinformatie. Eerst de uitkomsten van de enquêtevraag (zie voor een compleet overzicht de bijlage sectie):

Figuur 3: Invalshoek voor gebruik arbeidsmarktinformatie



De categorieën 'Vraag en aanbod' en 'economisch beleid, meer specifiek matching' steken er met kop en schouders bovenuit. Onder de categorie 'anders' vallen antwoorden als 'belangenbehartiging vanuit de uitzendbranche', 'toekomstige arbeidsmarkttekorten', 'Arbeidsmarkt in algemene zin vanuit vakbondsoogpunt', en 'regionale en sectorale informatie'. Overduidelijk is dat de transitionele arbeidsmarkt laag scoort.

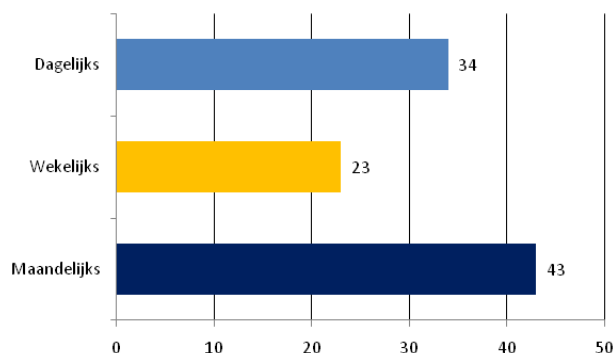
In de focusgroepen werd de vraag naar een definitie van arbeidsmarktinformatie verschillend beantwoord, maar ook hier komt naar voren dat het merendeel van de gebruikers alle informatie die 'iets' zegt over de vraag naar en het aanbod van arbeid schaart onder arbeidsmarktinformatiebronnen.

Het blijkt dan ook dat veel gebruikers arbeidsmarktinformatie geen helder begrip vinden. In de tweede focusgroep (Noord) werd bijvoorbeeld door een groep gebruikers arbeidsmarktinformatie omschreven als 'kwantitatieve en kwalitatieve analyse van vraag en aanbod' waar echter meteen de kritische kanttekening werd geplaatst of een dergelijke omschrijving wel alles dekte. In de vierde focusgroep werd arbeidsmarktinformatie door één groep omschreven als 'Relevante info die inzicht geeft in tekort en overschot in de vraag- en aanbodzijde van de markt'. Dit werd vervolgens gespecificeerd door verschillende aspecten verder uit te lichten zoals regionale en landelijke info, korte en lange termijninfo, informatie over beroepen, leeftijd, man/vrouw verhoudingen, opleidingseisen en competenties, mobiliteit trends, en krimp en groei. Dit maakt duidelijk dat wanneer gebruikers verder reflecteren over wat arbeidsmarktinformatie is, de complexiteit van het begrip aan het licht komt.

3.3 Gebruik van arbeidsmarktinformatie

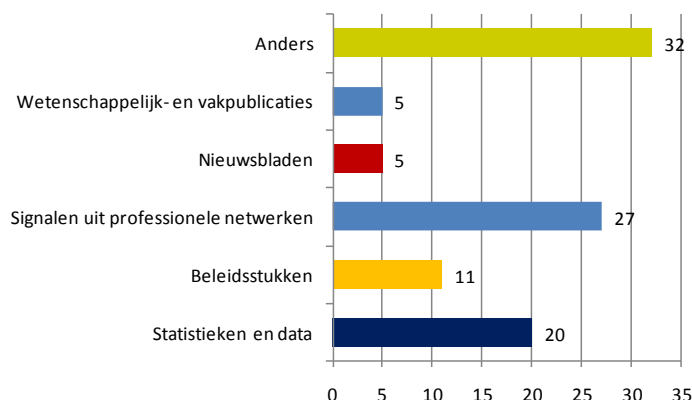
Alle respondenten hebben in de vragenlijst aangegeven arbeidsmarktinformatie te gebruiken, maar de frequentie van het gebruik verschilt aanzienlijk:

Figuur 4: Frequentie gebruik



De categorie 'nooit' is door geen van de respondenten ingevuld. De grootste groep gebruikt arbeidsmarktinformatie eerder maandelijks (43%) dan dagelijks (34%). Dit is al een opmerkelijke conclusie omdat de verwachting wellicht was dat de meeste gebruikers in ieder geval wekelijks met arbeidsmarktinformatie bezig zouden zijn, zo niet dagelijks. De diversiteit in gebruik komt ook aan bod in de vraag naar wat voor type bronnen men gebruikt:

Figuur 5: Typen bronnen



'Slechts' 20% maakt gebruik van statistieken en data, terwijl maar liefst 27% antwoordt gebruik te maken van signalen uit professionele netwerken. In de laatste categorie 'anders' antwoordt men veelal 'allerlei bronnen', 'mix van alles', en 'een combinatie van de bronnen'. Hier wordt dan steevast 'statistieken en data' en 'signalen uit professionele netwerken' in één adem genoemd.

In de focusgroepen is hetzelfde geluid naar voren gekomen: veel deelnemers gebruiken een combinatie van 'harde' en 'zachte' data. Wat voor bronnen worden dan zoal genoemd? Hieronder volgt een overzicht van bronnen die zijn genoemd in de vier verschillende focusgroepen waarbij we een onderscheid hanteren tussen primaire, secundaire en tertiaire bronnen. Primaire bronnen staan voor het basismateriaal, de basistelling zonder interpretatie (zoals CBS en UWV administratie); secundaire bronnen zijn analyses op het primaire bronmateriaal (bijv. UWV datasets); en tertiaire bronnen zijn beschouwingen van het secundaire materiaal (zoals beleidsrapporten en kranten).

De deelnemers noemden de volgende bronnen:

Focusgroep 1: Uitvoerend

- Primaire bronnen: CBS, UWV Basissets, CBS Statline, COEN, gemeentelijke kerngetallen,
- Secundaire bronnen: regionale info en analyse, eigen onderzoek (bijv. eigen sociale kaart van Wajongers), informatie uit de eigen branchevereniging (Baoborea), benchmark cijfers, provinciale discrepantie analyse
- Tertiaire bronnen: netwerkbijeenkomsten, nieuwsbrieven (Divosa), informatie bij de werkgevers

Focusgroep 2: Noord

- Primaire bronnen: provinciaal werkgeversregister, CBS, CPB, PWR, RABO cijfers en trends, COLO, PGGM (pensioen)
- Secundaire bronnen: rapportages + prognoses UWV, rapporten RWI, sector informatie, website economieinhetnoorden.nl, NAV (Noordelijke Arbeidsmarktverkenning), ROA, benchmark cijfers

- Tertiaire bronnen: rapporten (o.a. universiteiten, CAB, E'tin, etc.), beleidsnota's, politiek voor trends, ontwikkelingen en regeringsakkoorden, publicaties van ministerie van Sociale Zaken, stadsmonitor (gemeente Groningen)

Focusgroep 3: Stedendriehoek/Haaglanden

- Primaire bronnen: UWV werkbedrijf, handelsregister, CBS, ROA, KvK (conjunctuur enquête), COEN, pensioengegevens, werkgeversgegevens, belastinggegevens, LISA, Prismant, COROP
- Secundaire bronnen: regiometer (samen met Tympaan ontwikkeld), stadsplan Haaglanden, eigen (regionaal) onderzoek 'Haaglanden werkt', eigen onderzoek (door docenten en studenten), eigen model, Panteia
- Tertiaire bronnen: organiseren van kennisbijeenkomsten

Focusgroep 4: Landelijk

- Primaire bronnen: Cosmos, POMO, UWV, CPB, CBS, SEO, ABU, CFI, COLO, PGGM
- Secundaire bronnen: eigen onderzoek, ROA, RWI, kenniscentra, UWV op gemeentelijk en provinciaal niveau, EIM, brancheorganisaties
- Tertiaire bronnen: netwerk, advertenties/ media

Bovenstaand overzicht geeft een snelle weergave van welke arbeidsmarktinformatiebronnen verschillende professionals zoal in de praktijk gebruiken. Een belangrijke conclusie is dat naast de meer geijkte bronnen deelnemers ook 'zachtere' informatie als netwerkbijeenkomsten, media, politiek (regeringsakkoorden), kranten, en informatie regelrecht afkomstig van de werkvloer, noemen. Daarnaast worden bronnen opgesomd die zowel ingaan op korte als lange termijn en zowel extern als intern worden verkregen. Naast producenten die eigen modellen ontwikkelen en data produceren, zijn er ook een flink aantal organisaties die getypeerd kunnen worden als consument 'plus': zij consumeren arbeidsmarktinformatie, maar voeren tegelijkertijd ook zelf onderzoek uit om relevante arbeidsmarktinformatie te bemachtigen die ontbreekt.

Daarbij zijn er sommige deelnemers die nooit gebruik maken van bepaalde bronnen, die anderen veelvuldig gebruiken (een organisatie zei geen gebruik te maken van CBS cijfers), of worden er bronnen genoemd die alleen door specifieke gebruikers worden benut zoals informatie uit of van brancheverenigingen. Illustratief is ook een discussie over gegevens van het ROA (Researchcentrum voor onderwijs en arbeid) waarbij een deelnemer opmerkte dat zij gegevens van het ROA nauwelijks gebruikte, omdat zij de bron niet regionaal genoeg vond, terwijl een directrice van een intermediaire organisatie aangaf dat zij deze bron eerst frequent gebruikte, maar vervolgens minder omdat 'er te veel prognoses zijn die niet kloppen'.

Bovenstaande discussie is interessant. Uit dit onderzoek blijkt namelijk dat er geen basisset van arbeidsmarktinformatie is die door (bijna) iedereen wordt gebruikt. Ook al worden de basissets van het UWV daar wel voor gemaakt, zij zijn in de praktijk nog lang niet de vanzelfsprekende bron die voor iedereen hetzelfde is. Opvallend is dat mensen ook aangeven eigen overwegingen en ervaringen een belangrijke rol te laten spelen bij welke informatie zij (nog) wel of niet gebruiken. Als informatiebronnen in de eigen praktijk niet relevant blijken te zijn worden ze niet meer gebruikt, ook al is de producent een gerenommeerde partij, zoals het ROA of CBS. Blijkbaar bepalen de gebruikers hun eigen

behoefte aan informatie en zijn zij in staat om daarbij eigen arbeidsmarktinformatiebronnen te vinden.

Kan men de informatie vinden?

Uit bovenstaande schets en het onderzoek in het algemeen blijkt dat een groot deel van de gebruikers de informatie die zij nodig hebben weet te vinden, zij het in de vorm van harde of meer zachte informatie. In sommige gevallen wordt de informatie die men niet kan vinden ook eigenhandig aangevuld door de nieuw onderzoek op te starten. Als er al gebruikers zijn die informatie niet kunnen vinden kan dit ook samenhangen met het feit dat de informatie die men zoekt er eenvoudigweg niet is. Al met al lijkt hier voor de gebruikers geen probleem te liggen.

Ook blijkt het belang van intermediairs. Veel informatie wordt als niet of minder relevant beschouwd omdat niet duidelijk is hoe men deze moet interpreteren. Dat heeft ook te maken met de constatering dat er zeer veel arbeidsmarktinformatie beschikbaar is, die, zoals RvB ook concludeert, vaak niet goed op elkaar afgestemd is of verschillende definities gebruikt. Met name minder frequente gebruikers van arbeidsmarktinformatie zien daarom door de bomen het bos niet meer.

Soorten gebruikers: consument, consument plus, producent, en producent min

In het spreken over arbeidsmarktinformatie komt naar voren dat verschillende gebruikers van arbeidsmarktinformatie ook verschillende voorkeuren hebben voor soorten arbeidsmarktinformatie. Een onderscheid dat hierin verhelderend kan werken, is een onderscheid in consumenten, consumenten 'plus', en producenten, producenten 'min'. Consumenten consumeren arbeidsmarktinformatie, terwijl producenten het produceren. Consumenten 'plus' bevinden zich in een tussenpositie omdat zij zowel consumeren als produceren. Producenten 'min' zijn producenten die meer kwalitatieve informatie produceren die zij baseren op de kwantitatieve informatie van de producenten. Kort samengevat kunnen we stellen dat 'zachte' informatie vooral gebruikt wordt door de consumenten en 'harde' informatie door de producenten. De consumenten 'plus' maken vooral gebruik van een mix van bronnen.

De consumenten 'plus' zoals de Kamer van Koophandel, ROC's, regionale arbeidsmarktplatforms, maar ook private partijen als uitzendbureaus zijn in te delen in een groep van gebruikers die harde en zachte informatie combineren. Wanneer de vraag gesteld wordt 'wat weegt zwaarder?', luidt het antwoord dat de kwalitatieve informatie uiteindelijk wel gestaafd moet worden aan harde cijfers. Diverse beleidsmakers op gemeentelijk niveau legden uit dat zij modellen ontwikkelden om beleid op te funderen waar gebruik gemaakt werd van een combinatie van data zoals 'eerdere beleidsstukken' en 'signalen uit het netwerk'.

Ook commerciële organisaties zijn te typeren als consumenten 'plus'. Zij zijn met name geïnteresseerd in informatie afkomstig uit het veld van de werkgevers. De gedachte hierachter is dat in deze branche informatie 'niet alles zegt', 'weinig eenduidig is', 'weinig specifiek', en vooral dat de arbeidsmarkt zo snel in beweging is dat het moeilijk is informatie te vinden die een langere houdbaarheidsdatum heeft. Prognoses zijn binnen deze gebruikersgroep niet relevant, omdat ze als niet betrouwbaar worden gezien. Dit wordt ook geïllustreerd door de uitspraak van een arbeidsdeskundige bij USG Restart die het als volgt formuleerde: 'We zijn als het ware wijs geworden door het ontbreken van hardheid van

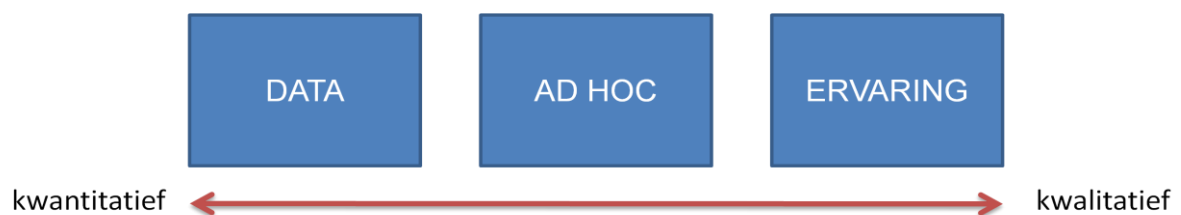
informatie in de markt en zijn altijd sceptisch wat prognoses betreft in de zin van: zoveel wordt het nooit'.

De consumenten van arbeidsmarktinformatie, denk aan adviseurs, arbeidsmarktdeskundigen, directeuren van organisaties en bedrijven, en beleidsmedewerkers, gebruiken verhoudingsgewijs meer zachte informatie dan het type consument 'plus'. Onder de categorie van 'consumenten' vallen ook gebruikers die geen gebruik maken van standaard bronnen en hun subjectieve indrukken niet staven.

De 'producenten' zijn het type gebruikers die met name gebruik maken van harde cijfers en zoals een deelnemer het humoristisch verwoordde 'verslaafd zijn aan primaire bronnen'. Hier zitten we vooral op de productiekant, waar arbeidsmarktinformatie veel ingezet wordt voor prognoses op het vlak van (regionale) werkgelegenheid. Arbeidsmarktinformatie wordt hier gebruikt voor 'marktwerking' of zoals een adviseur arbeidsmarkt van het UWV het verwoordde 'problemen identificeren, en dan de mode doorbreken met objectieve info'. De meer technische kant van arbeidsmarktinformatie, zoals die ook naar voren komt in het rapport van RvB, is kenmerkend voor deze categorie. Denk bijvoorbeeld aan onderzoekers statistiek die leveren aan gemeentes. Het adagium hier is dat hoe meer kwantitatieve info 'erin gekregen kan worden' hoe beter.

Opvallend is dat meer dan een kwart van de respondenten gebruik maakt van signalen uit professionele netwerken, een geluid dat in de focusgroepen alleen maar is versterkt. Hierbij is het gebruik te relateren aan verschillende gebruikersgroepen waarbij consumenten vooral zachte informatie gebruiken, producenten harde informatie en de consumenten 'plus' een mix van informatie. Dit kan ook voorgesteld worden zoals in onderstaand figuur waar de verschillende gebruikers zich bewegen in een continuüm met puur kwantitatieve informatie op het ene uiterste en puur kwalitatieve informatie op het andere uiterste:

Figuur 6: Continuüm van gebruik van arbeidsmarktinformatie



Veel producenten bevinden zich aan de linker kant. Producten 'min' zitten al iets meer naar het midden, waar ook van de andere kant de consumenten 'plus' zich bewegen. De consumenten zitten over het algemeen aan de rechterkant. De ad hoc positie in het midden geeft aan dat dit een combinatie is van 'harde' data en 'zachte' ervaringsgegevens.

Overige indelingen: publiek-privaat, lokaal-regionaal versus landelijk-politiek, beleidsadvies en onderzoek, en micro-meso-macro niveau

Naast de indeling in diverse gebruikersgroepen, is het ook van belang aandacht te hebben voor een aantal andere dimensies van arbeidsmarktinformatie zoals het onderscheid tussen

publieke en private partijen, partijen op lokaal-regionaal versus landelijk-politiek vlak, partijen op het vlak van beleidsadvies en –onderzoek, en het onderscheid tussen arbeidsmarktinformatie op micro, meso, en macro niveau. Deze extra dimensies bieden aanknopingspunten om meer inzicht te krijgen in het diverse gebruik van arbeidsmarktinformatie.

Publiek-privaat

Private partijen lijken het minst bezig te zijn met prognoses omdat zij ‘wijs’ zijn geworden door het ontbreken van hardheid van informatie in de markt. Ze zijn sceptisch wat prognoses betreft in de zin van ‘zoveel wordt het nooit’. Dit hangt vermoedelijk vooral samen met het feit dat bedrijven zich niet kunnen veroorloven zich in een dynamische markt in te laten met lange termijn prognoses.

Private partijen zijn vooral bezig met de conjunctuur van de markt of het specifieke doel van het bedrijf waarvoor zij werken. Een directeur van organisatie die vooral gericht is op hoogopgeleiden, is weinig geïnteresseerd in discussies over startkwalificaties, maar richt zich specifiek op HBO+. En consultants gebruiken arbeidsmarktinformatie vooral als specialistische kennis die hen een voorsprong geeft op hun opdrachtgevers.

Publieke partijen, vooral overheidsinstellingen, verschillen van private partijen in de zin dat zij een publieke taak en verantwoordelijkheid hebben om bepaalde arbeidsmarktthema's uit te voeren. Zij hebben dan ook veel minder speelruimte om zelf arbeidsmarktthema's op de agenda te zetten, omdat het beleid veelal topdown geagendeerd wordt. De volgende uitspraak is dan ook kenmerkend voor het niveau van de gemeente: ‘bij de gemeente is vrijwel alles geld gestuurd en is weinig meer op inhoud, de gemeente houdt zich nu eenmaal bezig met te veel werkvelden waardoor de reactie vaak ad hoc is, men wordt overspoeld met opdrachten’. Als voorbeeld werd vervolgens de nieuwe wet Wajong genoemd: ‘een private partij heeft hiervan een ‘klein stukje’ in haar pakket (hoe mensen aan de man te brengen bij werkgevers), terwijl de gemeente een bredere verantwoordelijkheid heeft die diverse deelgebieden bestrijkt’.

Lokaal-regionaal

Voorals beleidsmedewerkers bij de gemeente zijn op lokaal-regionaal niveau bezig, evenals directeurs van bedrijven die soms een iets ruimere blik hanteren (over de provinciegrenzen heen). Thema's die hier een rol spelen zijn velerlei: aanpak jeugdwerkloosheid, hoe arbeidsmarktinformatie in te zetten bij re-integratie, aansluiting tussen onderwijs en arbeidsmarkt, vervulling van moeilijke vacatures, beeldvorming rondom krimp in de regio op een strategische manier benaderen, op zoek naar innovatieve bedrijven in het Noorden, op zoek naar arbeidsmarktinformatie die de eigen regio kan profileren.

Landelijk-politiek

In de landelijke focusgroep zijn niet veel landelijke of politieke thema's genoemd, ook omdat het gesprek op een iets abstracter niveau lag over hoe informatie zoal gebruikt werd door gebruikers. Wanneer we kijken naar de open vragen worden hier wel landelijke thema's genoemd zoals vergrijzing en ontgroening, de problemen rondom de uitstroom en instroom van arbeidskrachten waardoor er een tekort op de arbeidsmarkt ontstaat en bijvoorbeeld strategisch personeelsbeleid. Daarnaast zijn er in de andere focusgroepen natuurlijk heel veel algemene uitspraken gedaan die als ‘landelijk’ getypeerd zouden kunnen worden zoals ‘

aansluiting onderwijs-arbeidsmarkt' of 'meer zicht op vraag en aanbod', maar dat levert qua inzicht weinig op. Dit kan immers ook net zo goed regionaal bedoeld zijn.

Landelijke thema's werden ook genoemd in de regionale focusgroepen: 'flexibilisering van de arbeidsmarkt. Ondernemers en werknemers werken meer flexibel, daarbij anticiperend op elkaar en de markt. Andere structuren volgen niet mee zoals regels voor verkrijgen van hypotheek, bankleningen en secundaire arbeidsvoorwaarden'. En een ander meer politiek voorbeeld is de invoering van de Wet werken naar vermogen (Wwnv) ook een landelijk thema dat expliciet tijdens een regionale focusgroep werd besproken.

Beleidsadvies en -onderzoek

Aan het onderzoek hebben diverse beleidsadviseurs meegedaan uit heel diverse hoeken. Ook hier hangen arbeidsmarktthema's of vragen naar informatie weer samen met de organisatie die men adviseert of van waaruit men werkt. Als het om beleidsadvies gaat in bredere zin zijn beleidsadviseurs en onderzoekers een belangrijke intermediair tussen producenten en consumenten van arbeidsmarktinformatie. Zij zijn door hun specialisatie in staat om de brug te slaan tussen informatie en handelingsperspectief of beleid. Het nadeel hiervan is dat zij vaak voor individuele opdrachtgevers werken waardoor er een grote hoeveelheid onderzoeks en adviesrapporten bestaat, die vaak zeer specifiek zijn en niet systematisch of gestructureerd genoeg zijn voor regionale toepassing.

In een andere focusgroep werd een belangrijk punt aangestipt dat ook op beleidsadvies ingaat, namelijk dat arbeidsmarktinformatie slechts een deel van het verhaal is en dat het ook draait om arbeidsmarktstrategie: zonder een basisniveau van informatie over de eigen organisatie (personele situatie, opbouw leeftijd, etc. en omgevingsfactoren zoals – toekomstige- klant, markt, politiek) kun je niets aan strategie doen.

Micro-meso-macro niveau

- Micro

Uit de focusgroepen blijkt dat verschillende organisaties, vooral beleidsmedewerkers bij gemeentes die vanwege hun brede takenpakket veel tegelijk doen, vaak op het microniveau bezig zijn en hier vragen over hebben. Maar ook andere organisaties kunnen op microniveau bezig zijn, zoals sectorale organisaties als het bijvoorbeeld gaat om leerlingplaatsen.

- Meso

Eigenlijk kan gesteld worden op basis van de uitkomsten van de focusgroepen dat veel arbeidsmarktprofessionals vooral geïnteresseerd zijn in de vertaling van landelijke naar regionale informatie, zodat de informatie binnen de eigen context en situatie maximaal toegepast kan worden. Dit refereert ook aan punt van het 'maatwerk' waar men bijvoorbeeld graag zicht wil hebben op toekomstige ontwikkelingen/prognoses die vaak alleen landelijk te krijgen zijn en niet toepasbaar zijn op de eigen regio met de eigen thematiek. Hier is het voorbeeld van toepassing van de landelijke alarmbellen over verpleegkundigen in de zorg, terwijl er in het Noorden helemaal geen tekort was en er allemaal mensen op de stoep stonden voor een baan.

- Macro

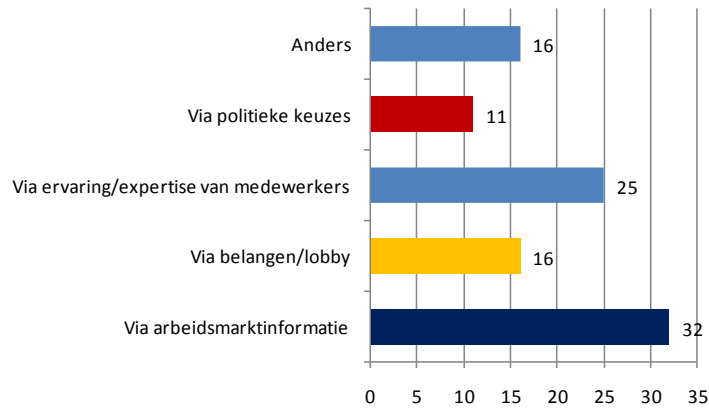
Het 'macro' niveau komt vooral terug in algemene termen als 'meer inzicht in vraag en aanbod', et cetera. Sommige punten worden echter ook meteen vertaald naar de regio, vergelijk vergrijzing en krimp in het Noorden, 'hoe kunnen we daar o.a. qua beeldvorming strategisch mee omgaan?' Meest interessante en actuele voorbeeld is beleidsmedewerkers

die grote problemen hebben/voorzien wat de nieuwe Wet werken naar Vermogen betreft. Dit is een wet die landelijk wordt geïmplementeerd maar in verschillende regio's verschillend zal uitpakken en waar vooral beleidsmedewerkers bij de gemeente de handen vol aan hebben.

3.4 Agendering

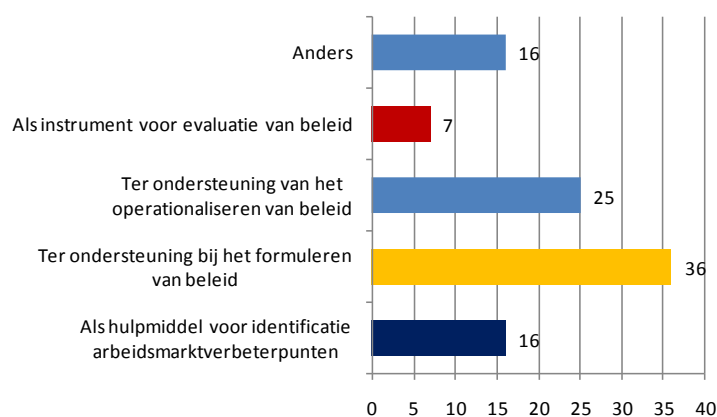
Uit het gegeven dat arbeidsmarktinformatie ook uit andersoortige bronnen dan data en statistieken bestaat, blijkt dat de 'ervaren' problemen op de arbeidsmarkt niet per definitie een feitelijke basis hoeven te hebben. Deze uitkomst brengt ons tot de vraag hoe arbeidsmarktproblemen in de praktijk op de agenda komen? Een opmerkelijk resultaat is dat arbeidsmarktinformatie slechts een bescheiden rol speelt in de agendering van arbeidsmarktthema's. De vraag 'Hoe worden arbeidsmarktthema's over het algemeen geagendeerd binnen uw organisatie?' werd in de vragenlijst als volgt beantwoord:

Figuur 7: Agendering van arbeidsmarktthema's



Arbeidsmarktthema's worden volgens 32% van de gebruikers geagendeerd door arbeidsmarktinformatie. Daarnaast wordt arbeidsmarktbeleid in 25% van de gevallen bepaald door de ervaring/expertise van medewerkers en in 27% van de gevallen door politieke processen, belangen- en lobbyachtige circuits. En waar wordt arbeidsmarktinformatie dan voor gebruikt?

Figuur 8: Waar gebruikt men arbeidsmarktinformatie voor?



Arbeidsmarktinformatie wordt door 16% van de gebruikers benut als hulpmiddel voor het identificeren van verbeterpunten op de arbeidsmarkt, en door 61% als ondersteuning bij formuleren en operationaliseren van beleid. Een voorbeeld van klassieke agendering van arbeidsmarktthema's zijn beleidsmakers die de uitkomsten van prognoses van de eerder genoemde bronnen gebruiken voor het formuleren van beleid of er beleidsbeslissingen op funderen. De regionale arbeidsmarktschetsen van UWV en RWI voorzien in deze behoefte. Hierbij moet opgemerkt worden dat regionale en sectorale verdieping vaak in opdracht gemaakt wordt en niet gestandaardiseerd is. Een deelnemer uit de derde focusgroep, werkzaam bij een regionaal arbeidsmarktplatform, gebruikte arbeidsmarktinformatie vooral instrumenteel en ondersteunend aan beleid. In de casuïstiek die tijdens de focusgroepen werd ingebracht, gaven diverse deelnemers aan arbeidsmarktinformatie te gebruiken om het gesignaleerde arbeidsmarktprobleem beter te definiëren of zelfs te problematiseren. In termen van evaluatie wordt arbeidsmarktinformatie vooral achteraf gebruikt, namelijk om twee momenten met elkaar te vergelijken en daaruit een beleidseffect te halen.

Professionals gebruiken arbeidsmarktinformatie echter niet alleen om beleidsbeslissingen te nemen. Soms neemt een gebruiker beleidsbeslissingen op heel andere gronden, zoals verplichtingen van het Rijk, signalen uit het netwerk, of op basis van lobby. In de uitvoerende focusgroep kwam duidelijk naar voren dat gemeentes arbeidsmarktthema's op de agenda zetten omdat zij 'een zorgplicht richting de burgers' hebben. Hier werd instemmend gesproken over een topdown structuur waar opdrachten of van bovenaf of geld gestuurd zijn en 'weinig meer op inhoud'. Een deelnemer sprak in dit verband over de '2 voor 12 problematiek' die zorgt voor agendering, maar ook voor het gegeven dat de echte problematiek ondergesneeuwd wordt en blijft liggen.

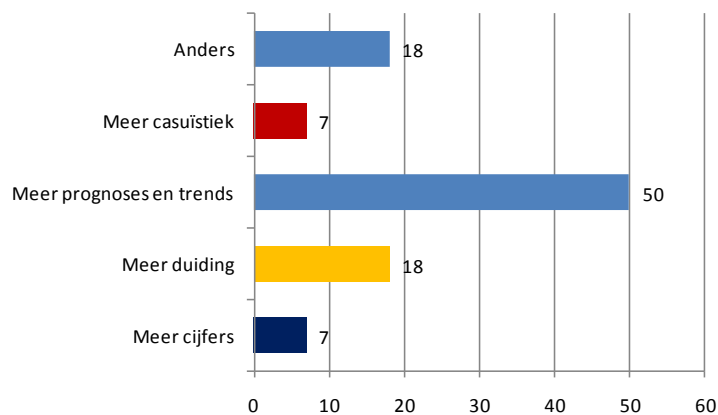
Een ander relevant voorbeeld kwam aan bod in de tweede focusgroep Noord. De discussie die zich hier voordeed concentreerde zich op de vraag wat men nu eigenlijk feitelijk deed met arbeidsmarktinformatie: 'Vanuit je netwerk krijg je een beeld van een arbeidsmarktthema/probleem en vervolgens gebruik je onderzoek om het te toetsen. Het probleem gonst dan ergens in een wolk en dat probeer je te onderbouwen met cijfers'. Diverse deelnemers bevestigden deze gang van zaken. Deze discussie geeft aan dat arbeidsmarktthema's ook op andere manieren geagendeerd worden dan alleen op basis van

harde arbeidsmarktinformatie Daarbij wordt de informatie verschillend benut, in dit geval als toetsing of onderbouwing van het gesignaleerde probleem. Voor een overzicht van een aantal uitspraken over het belang van arbeidsmarktinformatie verwijzen wij naar de bijlage sectie.

3.5 Behoeften en wensen

In de enquête werden respondenten gevraagd hoe tevreden zij waren over de mate waarin werd voldaan aan hun behoefte aan arbeidsmarktinformatiebronnen. De uitkomsten van deze vraag waren opvallend, want driekwart antwoordde 'tevreden' en slechts een kwart 'ontevreden' te zijn. Blijkbaar valt het allemaal nog mee met hoe de beschikbare informatie aansluit bij de behoeftes. Niemand vulde 'zeer ontevreden' in, hoewel ook niemand koos voor de optie 'zeer tevreden'. Dat er toch wensen en behoeften zijn onder gebruikers zal niet als een verrassing komen, want dit vormt de achtergrond van het onderzoek naar verbetering van arbeidsmarktinformatiebronnen. Omdat het gebruik van arbeidsmarktinformatie in de praktijk niet eenduidig is, volgt ook dat er verschillende behoeftes en wensen zijn. In onderstaand figuur staan de uitkomsten op de vraag: 'Aan welke vorm van arbeidsmarktinformatie heeft u (meer) behoefte?'

Figuur 9: Behoeftes aan arbeidsmarktinformatie



Een opvallend gegeven van de vragenlijst is dat slechts 7% van de gebruikers behoefte heeft aan meer cijfers, terwijl het rapport van RvB juist stelt dat gebruikers over het algemeen 'grote behoefte' hebben aan cijfermateriaal Ook in de focusgroepen komt echter naar voren dat gebruikers niet meer informatie wensen, maar vooral behoefte hebben aan andersoortige informatie.

De helft van de respondenten antwoordde behoefte te hebben aan 'meer prognoses en trends'. Een behoefte die ook deels terugkomt in het antwoord van de respondenten die 'anders' heeft ingevuld (bijv. 'cijfers en prognoses', 'combinatie van genoemde items', 'cijfers, duiding, en 'prognoses en trends'). Dit aantal dienen we echter ook te relativiseren door mee te nemen hoe verschillende gebruikers tegen prognoses aankijken. In de tweede focusgroep kwam bijvoorbeeld naar voren dat het grootste deel van de deelnemers behoefte had aan meer prognoses. Toen hier tijdens de focusgroep op werd doorgevraagd, gaf men vervolgens aan prognoses vaak niet te vertrouwen.

Diverse deelnemers aan de consumenten 'plus' kant noemen een basisset van informatie die wordt aangevuld met andere signalen. Hier komt ook weer de mix van info naar voren. Dit betekent onder andere dat bijvoorbeeld een UWV basisset niet enorm uitgebreid hoeft te zijn, omdat mensen de set veelal zelf aanvullen met andere informatie.

Een aantal consumenten plus geeft ook aan bezig te zijn met hoe informatie door de gebruiker wordt gewaardeerd. Voorbeelden hiervan zijn: gebruiksvriendelijker maken van regionale arbeidsmarktanalyses, actief benaderen van mensen, en de nadruk op maatwerk door bijeenkomsten te organiseren. Of kort samengevat door een deelnemer 'hoe arbeidsmarktinformatie te verwerken tot hapklare brokken voor anderen'. Informatie is alleen handig als je er iets mee 'kan'. Door een aantal deelnemers werd in dit verband genoemd dat juist heel beknopte arbeidsmarktinformatie gretig aftrek vindt bij MKB'ers. Het blijkt dus dat er in de praktijk al intermediaire partijen bezig zijn om de afstemming en duiding te verbeteren.

Consumenten zijn vaak meer op microniveau met arbeidsmarktinformatie bezig dan consumenten 'plus' die een iets andere insteek nemen en weten dat de 'ideale wereld' niet bestaat en 'dat je moet roeien met de riemen die je hebt' (medewerker UWV). Vooral beleidsmedewerkers op gemeente niveau zijn zeer specifiek geïnteresseerd in bijvoorbeeld thema's als 45+ categorie (hoe deze aan een baan te helpen) of Wajongers die vol of gedeeltelijk aan de slag kunnen. De consumenten plus zijn op een meer abstract niveau bezig dan de 'gewone' consumenten, bijvoorbeeld met de aansluiting tussen onderwijs-arbeidsmarkt of de aanpak van werkloosheid onder jongeren.

De consumenten plus zijn beter op de hoogte van wat je met arbeidsmarktinformatie kan en ook realistischer, terwijl sommige consumenten in micro-informatie die er vaak niet is, bijvoorbeeld alle vacatures van alle lokale werkgevers, de oplossing hopen te vinden. Toch weet men ook wel dat men misschien wel het 'onmogelijke' vraagt. Hier spreekt toch een dilemma uit. Deelnemers willen de toekomst kennen en hebben daarom behoefte aan prognoses en voorspellingen. Deze zijn echter volgens henzelf vaak niet specifiek of regionaal genoeg om ze te kunnen gebruiken.

Een behoefte aan extra informatie kan soms ook het doel voorbij schieten zoals blijkt uit de uitspraak van een deelnemer die het liefst 'macro gegevens op micro niveau uit de mond van de werkgever' wilde horen. Een vergelijkbaar voorbeeld komt aan bod bij een deelnemer die uitsluitend geïnteresseerd was in cijfers die iets vertelden over de kansen op de arbeidsmarkt voor de onderwijsrichtingen voor technische bedrijven. Zelfs al zou beantwoord worden aan deze behoefte, dan zou men voor het praktische probleem komen te staan hoe al deze gegevens te interpreteren en in concreet beleid te vertalen. Er wordt in dit verband ook toegegeven dat men vaak informatie zoekt die er niet is, omdat men te veel detail wil.

Verder blijkt uit zowel de vragenlijsten als de focusgroepen dat een deel van de gebruikers het moeilijk vindt een specifieke vraag te formuleren; neem bijvoorbeeld de uitspraak dat er veel behoefte is aan 'intersectorale en regionale informatie'. Wel stippen zij meer algemene aandachtspunten aan zoals de actualiteit en betrouwbaarheid van de informatie, en het maken van een vertaalslag van landelijke naar regionale arbeidsmarktinformatie. Een aantal deelnemers maakten duidelijk dat zij geen behoeftes hadden en de situatie 'al ideaal' vonden; zij bevonden zich echter uitsluitend aan de producentenkant.

3.6 Conclusies

Uit de analyse van de focusgroepen blijkt dat arbeidsmarktinformatie een ruim begrip is en dat er niet één soort gebruiker is van arbeidsmarktinformatie, maar veel meer, met een grote diversiteit in behoeften. We kunnen allereerst dan ook concluderen dat:

- Arbeidsmarktinformatie is een paraplueterm waar gebruikers verschillende soorten van informatie onder scharen. Naast data en statistieken, noemt men ook netwerkbijeenkomsten, krantenknipsels, internet, signalen uit het netwerk en expertmeningen.
- Verschillende typen van gebruikers (consument, consument 'plus', producent, en producent 'min') gebruiken verschillende soorten van informatie. Consumenten gebruiken vooral zachte informatie, terwijl producenten vooral harde informatie benutten. De consumenten 'plus' nemen een tussenpositie in, zij hebben vaak wel een realistisch of pragmatisch beeld bij wat mogelijk is met arbeidsmarktinformatie.
- De wensen en behoeften van gebruikers van arbeidsmarktinformatie variëren en zijn niet eenduidig in beeld te brengen omdat deze afhankelijk zijn van specifieke gebruikers en de context waarin zij opereren.

Wanneer we naast het onderscheid in verschillende gebruikersgroepen ook andere indelingen toepassen op het onderzoeksmateriaal, kunnen we concluderen dat:

Publiek-privaat

- Prognoses worden door private partijen weinig gebruikt, omdat men de informatie weinig betrouwbaar vindt. Hoewel de arbeidsmarkt grillig is, zou gewerkt kunnen worden aan een verbetering van de betrouwbaarheid van deze bronnen waar het actualiseren (voor zover mogelijk) een eerste stap is.
- Het soort arbeidsmarktthema waarin partijen zijn geïnteresseerd hangt in het geval van private partijen sterk samen met de markt of de eigen organisatie, terwijl bij publieke partijen dit veel meer door de Rijksoverheid wordt bepaald.
- Aangezien beleidsmedewerkers op regionaal en lokaal niveau een breed takenpakket hebben, zou hier rekening mee kunnen worden gehouden in het ontwerp van de basisset. Zoals de term al aangeeft dient een 'basisset' ook echt een basis of startpositie te bieden voor een brede waaier aan thema's.

Lokaal-regionaal versus politiek-landelijk

- De focusgroepen laten het beeld zien dat regionale partijen bezig zijn met de vertaalslag van landelijk-politieke thema's naar concreet beleid in de regio.

Beleidsadvies en -onderzoek

- Op basis van de casuïstiek kunnen we stellen dat veel beleidsadviseurs en overige arbeidsmarktdeskundigen zeer goed in staat lijken te zijn arbeidsmarktinformatie op een weloverwogen manier te gebruiken en dat 'maatwerk' hier van groot belang is. Dit sluit aan op het eerdere punt van een basisset van informatie die vervolgens in een tweede stadium vraaggericht is, of op 'maat' afhankelijk is van het

arbeidsmarktthema waar men mee geconfronteerd wordt. Dit kan doorgetrokken worden naar aanbevelingen over de UWV basissets.

Micro-meso-macro niveau

- De indeling in micro-meso-macro biedt aanknopingspunten in zoverre dat vooral beleidsmedewerkers vaak op microniveau bezig zijn, terwijl het mesoniveau wederom benadrukt dat gebruikers 'maatwerk' beogen en behoefte hebben aan vertaalslagen naar hun situatie.
- Op macroniveau wordt inzichtelijk dat arbeidsmarktinformatie niet altijd gemaakt wordt met een duidelijke beleidsgerichtheid voor degenen in het veld. Dit valt duidelijk te merken in het geval van de invoering van WwnV. Deze conclusie sluit goed aan bij de conclusie die volgt in hoofdstuk 5 dat veel arbeidsmarktinformatie thema's om duiding en coördinatie gaan. Er is behoefte aan informatie die specifiek meer richting geeft aan implementatie in de regionale context waarin de wet moet worden uitgevoerd.

Bij nadere analyse blijkt dat een deel van de verschillen in het gebruik van arbeidsmarktinformatie te verklaren zijn uit de functies die arbeidsmarktinformatie volgens de gebruiker heeft, variërend van 'weten hoe het zit', tot 'mijn achterban bij elkaar houden' of 'zorgen dat het netwerk actief betrokken blijft bij de uitvoering'. Deze functies blijken vervolgens samen te hangen met de context waarin de gebruiker arbeidsmarktinformatie gebruikt of nodig heeft. In het volgende hoofdstuk gaan we daar verder op in. We kunnen hier alvast concluderen dat:

- Arbeidsmarktinformatie speelt niet alleen een rol bij het agenderen, maar kent verschillende andere functies zoals signalering van arbeidsmarktknelpunten, sociale binding met de achterban, standpuntbepaling en bijvoorbeeld legitimatie van beleid achteraf.

Hoofdstuk 4

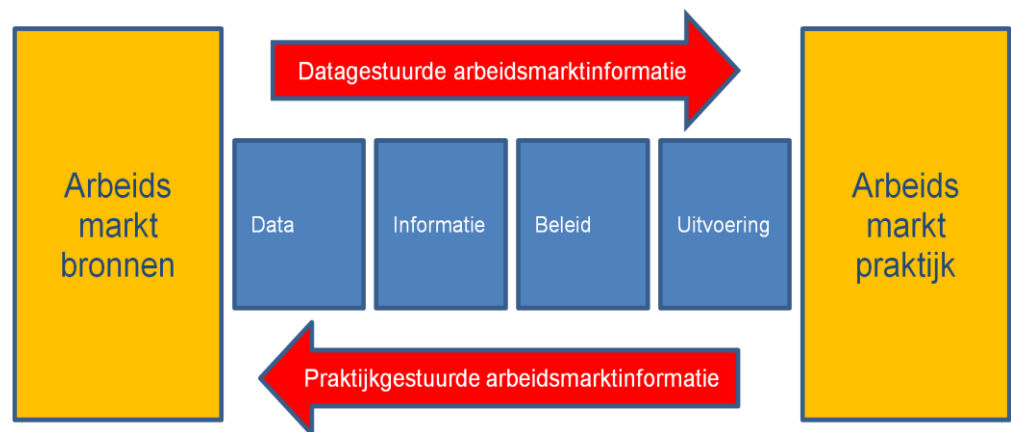
Functies van arbeidsmarktinformatie

4.1 Inleiding

In de verkenning van de onderzoeksvraag naar het feitelijk gebruik van arbeidsmarktinformatie is gebleken dat arbeidsmarktinformatie naast het agenderen van arbeidsmarktthema's of het evalueren van beleid ook op andere manieren wordt ingezet. Arbeidsmarktinformatie is immers veel meer dan alleen een kennisbron over de arbeidsmarkt.

In dit hoofdstuk willen wij verder voortbouwen op het punt dat (arbeidsmarkt)informatie op verschillende manieren kan worden ingezet waarbij wij een data- en praktijkgestuurde richting van arbeidsmarktinformatie hebben onderscheiden (zie ook hoofdstuk 1, paragraaf 1.2).

Figuur 10: Richtingen en accenten in gebruik van arbeidsmarktinformatie



In het 'literatuuronderzoek gebruikers' van RvB wordt de datagestuurde richting adequaat beschreven. Arbeidsmarktinformatie wordt specifiek gekoppeld aan arbeidsmarktbeleid en de behoeftes van gebruikers worden uitgedrukt in informatiewensen. Datagestuurde informatie is bijna evident in zijn functie. Je begint met gegevens verzamelen, door analyse daarvan krijg je contouren voor beleid, door het beleid uit te voeren los je het geconstateerde probleem op. Uit de literatuur, interviews en focusgroepen blijkt echter dat veel arbeidsmarktinformatie niet op deze manier gebruikt wordt. Het is de vraag of een verbetering van de beschikbaarheid of de onderlinge afstemming van de data helpt voor een brede groep van gebruikers van arbeidsmarktinformatie. Vaak zijn gebruikers van deze informatiebronnen veel pragmatischer en durven zij soms ook af te gaan op hun 'gevoel'. Zo zei iemand uit de focusgroepen dat hij pas wat met arbeidsmarktinformatie deed als dat klopte met zijn 'gevoel'.

We willen in dit hoofdstuk met name ingaan op de functies van arbeidsmarktinformatie die samenhangen met de context van praktijkgestuurde informatie, zoals we die eerder hebben geïntroduceerd in hoofdstuk 1.

4.2 Gebruikers aan het woord: verschillende functies van arbeidsmarktinformatie

Deskundigen die gebruik maken van arbeidsmarktinformatie zijn niet eenduidig in hun gebruik. Met name in de praktijkgestuurde context van arbeidsmarktinformatie blijkt dat het feitelijke gebruik van informatie in grote mate afhankelijk is van welke gebruiker in welke omgeving informatie inzet. Op basis van concrete voorbeelden uit het onderzoeksmateriaal hebben we hier diverse functies van arbeidsmarktinformatie onderscheiden:

- Arbeidsmarktinformatie als *legitimatiemiddel*. Arbeidsmarktinformatie heeft hier de functie van het legitimeren van beleid. Een voorbeeld dat in het onderzoek een aantal keren is genoemd is de functie van arbeidsmarktinformatie bij projectaanvragen. Arbeidsmarktinformatie is in deze setting noodzakelijk om goedkeuring voor een project te krijgen. De functie van arbeidsmarktinformatie als bron van inzicht in de arbeidsmarkt is hier secundair.
- Arbeidsmarktinformatie als *overtuigingsmiddel*. Ook hier is arbeidsmarktinformatie een middel met als belangrijkste functie het overtuigen van partijen. Daarnaast is er de functie om een netwerk van organisaties met elkaar te verbinden. Het gaat hier niet per se om de actualiteit en detailniveau van de informatie, maar veel meer om de impact.
- Arbeidsmarktinformatie ter *signalering* en *bewustwording*. Hierin zit met name een procesmatige functie van arbeidsmarktinformatie, die nauw samenhangt met de regiefunctie van sommige partijen, zoals de gemeente. Partijen worden meegenomen in het verzamelen en interpreteren van arbeidsmarktinformatie.
- Arbeidsmarktinformatie als *sociaal cohesiemiddel*. Deze functie van arbeidsmarktinformatie komt met name voor bij werkgevers- en werknemersorganisaties. Het doel is om de achterban te (ver)binden. Arbeidsmarktinformatie, die de positie van de leden verduidelijkt, kan daarbij helpen. Het gaat hier met name om het zo formuleren en presenteren van informatie dat het de achterban aanspreekt.
- Arbeidsmarktinformatie als *politiek middel*. In deze functie wordt arbeidsmarktinformatie top down gecommuniceerd. Te denken valt aan de rijksoverheid die arbeidsmarktinformatie gebruikt om arbeidsmarktthema's bij lokale partijen te agenderen. Een voorbeeld hiervan is de aanpak van de jeugdwerkloosheid in de afgelopen jaren.
- Arbeidsmarktinformatie als *professioneel 'management-tool'*. Sommige partijen gebruiken arbeidsmarktinformatie om hun organisatie richting te geven in de uitvoering. Het gaat bij deze functie niet om informatie die problemen oplost, maar om het organiseren en coördineren van de informatie: wat doe je wel en wat niet?

4.3 Gebruikers over arbeidsmarktinformatie in de praktijk: casuïstiek

In de hier volgende casuïstiek willen wij het conceptuele kader concretiseren aan de hand van voorbeelden uit de praktijk. De verschillende manieren hoe gebruikers feitelijk met arbeidsmarktinformatie omgaan, worden hierdoor inzichtelijker gemaakt. Gepoogd is om deelnemers uit alle vier focusgroepen aan het woord te laten, ook om aan te geven dat de

voorbeelden niet op zichzelf staan, maar illustrerend zijn voor een bredere groep van gebruikers. Hieronder volgen diverse functies of middelen van arbeidsmarktinformatie aan de hand van een aantal voorbeelden.

Arbeidsmarktinformatie als legitimatiemiddel

Arbeidsmarktinformatie die vooral benut wordt als legitimatie van beleid, is op meerdere manieren aan bod gekomen in de focusgroepen.

Voorbeeld 1

Een deelnemer, consument plus, vertelt tijdens de voorstelronde dat zij 'cijfers voor een deel gebruikt om beleid achteraf te onderbouwen en soms om vooraf beleid op te stellen'. Zij vult dit later aan door te stellen: 'Niet alles wordt gebaseerd op de cijfers, maar het is wel makkelijk om dingen mee te onderbouwen. Maar je kunt ook gewoon dingen doen los van info...'

Voorbeeld 2

Een deelnemer reageert op de vraag van de gespreksleider of bepaalde informatie ook bewust niet gebruikt wordt, als volgt: 'Ik denk dat het ook een voordeel is dat er veel partijen zijn die veel cijfers hebben, je kunt hier als consument en professional je voordeel mee doen, door die cijfers te kiezen die jou het beste passen'. In de discussie die hierop volgt valt de term 'manipuleren': eerst een probleem formuleren en pas daarna de 'juiste' cijfers erbij zoeken. Een andere deelnemer haakt hier op in door de sterke relatie tussen opdrachtgever en arbeidsmarktinformatie te benadrukken die volgens hem 'bepalend, zo niet allesbepalend' is.

Voorbeeld 3

Binnen de focusgroepen werd binnen een drietal subgroepen de vraag besproken: Wat is voor u het belang of de betekenis van arbeidsmarktinformatie? Tijdens de terugkoppeling verwoordde een groep deelnemers het als volgt: 'Binnen onze groep werd verschillend gedacht over het belang van arbeidsmarktinformatie, van "wij bestaan ervan", "het is ons product" tot "onderbouwing van beleid" en "strategische personeelsplanning" '.

Toelichting:

Arbeidsmarktinformatie als legitimatiemiddel draait onder andere om jezelf uit te drukken in termen die bij het netwerk horen. Binnen de arbeidsmarktpraktijk 'doe je mee' als je laat zien dat je gebruik maakt van arbeidsmarktinformatie. Op deze wijze wordt formeel voldaan aan de criteria van het netwerk. Dit aspect komt in de genoemde voorbeelden ter sprake. Een rapport kan niet zonder een paragraaf met 'harde' arbeidsmarktinformatie die de objectieve status van de ingeslagen beleidsweg legitimeert. En op een fundamenteeler niveau kan gesteld worden dat producenten (en consumenten plus) van arbeidsmarktinformatie, hun bestaan legitimeren door deze informatie te produceren. Dit geldt voor organisaties als het UWV, CBS, RPA's, en ook voor de RWI.

Een relevante vraag in deze context is of organisaties die arbeidsmarktinformatie verspreiden ook geïnteresseerd zijn in de vraag of hun informatie ook daadwerkelijk gebruikt wordt? Als de verspreide arbeidsmarktinformatie namelijk niet of weinig wordt gebruikt, staat immers de organisatie die arbeidsmarktinformatie produceert zelf ter discussie. Onduidelijk is hoe actief of inactief de behoefte is van producenten om dit te willen weten. De opmerking van een

deelnemer in de landelijke focusgroep werkzaam bij een grote producent van arbeidsmarktinformatie dat de partijen die informatie nodig hebben 'zelf wel komen' geeft echter aan dat bij sommige producenten de verantwoordelijkheid uitsluitend bij de consument lijkt te worden neergelegd.

In het tweede voorbeeld komt nog een andere dimensie aan bod: het manipuleren van arbeidsmarktinformatie door bij de gestelde problemdiagnose een passende 'kuur' te vinden. Of zoals een arbeidsmarktspecialist van het COLO het formuleerde 'Iedereen die arbeidsmarktinformatie nodig heeft kijkt met een bepaalde bril, je haalt eruit wat je wilt zien'. Hoewel we hier geen harde uitspraken over kunnen doen, is het zoeken van informatie die past binnen het gestelde arbeidsmarktprobleem alleszins realistisch vanuit het perspectief van legitimatie. Interessant is dat deze deelnemer dit ook expliciet relateert aan het grote aanbod van soms tegenstrijdige of multi-interpretabele informatie waar als het ware 'voor iedereen wat wils is'.

Arbeidsmarktinformatie als overtuigingsmiddel

Hierin heeft arbeidsmarktinformatie als belangrijkste functie om partijen te overtuigen. Daarbij heeft het de functie om een netwerk van organisaties te (ver)binden.

Voorbeeld 1

In een discussie over hoe arbeidsmarktinformatie verschillend gebruikt kan worden afhankelijk van de omgeving waarin het benut wordt, bleek dat voor twee deelnemers in de focusgroep arbeidsmarktinformatie met name in gesprekken met potentiële opdrachtgevers als overtuigingsmiddel wordt ingezet. Een deelnemer vertelt dat zij in gesprekken met opdrachtgevers '...beter uit de voeten kan als ik informatie heb. Op deze manier kan ik mensen makkelijker overhalen'.

Voorbeeld 2

Een deelnemer zei dat volgens haar door samenwerking heel wat te bereiken valt en dat het vaak een kwestie van 'laveren' is. Ze vervolgde door te zeggen: 'Vertrouwen hebben is een belangrijke component van netwerken. Het hebben van een goed netwerk vind ik belangrijker dan het hebben van informatie'.

Voorbeeld 3

Een deelnemer ging in op de behoefte aan arbeidsmarktinformatie van gebruikers: 'De arbeidsmarktinformatiebehoefte is er wel degelijk, maar je moet er druk achter zetten en zo groeit de behoefte. Je moet het bijhouden en in blijven investeren'.

Toelichting:

Arbeidsmarktinformatie, in het bijzonder 'harde' cijfers, kan in gesprekken met opdrachtgevers expliciet dienen als overtuigingsmiddel om een opdracht binnen te halen. De informatie overtuigt de opdrachtgever van de urgentie en prioriteit van het arbeidsmarkt vraagstuk dat op de agenda staat. De twee volgende voorbeelden (2 en 3) gaan op andere facetten van overtuiging in. Een professioneel netwerk onderhouden, bijvoorbeeld, is niet alleen een kwestie van legitimatie van een organisatie, maar houdt ook in dat een organisatie 'antennes' in het veld heeft waardoor informatie wordt vergaard die weer benut kan worden om opdrachtgevers te interesseren of te overtuigen van de urgentie van een bepaalde opdracht. Overtuiging en legitimatie liggen dan ook dicht bij elkaar: door mensen

aan jouw organisatie te binden, wordt het bestaansrecht van deze organisatie automatisch gegrond. Sommige producenten willen 'druk erachter zetten', zoals ook een medewerker van het UWV die sprak over 'actief arbeidsmarktbeleid'.

Arbeidsmarktinformatie ter signalering en bewustwording

Deze functie draait om een procesmatige functie van arbeidsmarktinformatie, die nauw samenhangt met de regiefunctie van sommige partijen, bijvoorbeeld de gemeente. Partijen worden op actieve wijze meegenomen in het verzamelen en interpreteren van arbeidsmarktinformatie.

Voorbeeld 1

Een deelnemer sprak over de regiefunctie van beleidsmedewerkers: 'Als beleidsmedewerker heb je ook een regiefunctie, dit kan verschillend uitpakken: bijvoorbeeld gegons voor zijn of draagvlak creëren en een gedeeld gegons nastreven door mensen te informeren en onderbuik gevoelens te kanaliseren. Het gaat om een interactief beleidsproces'.

Voorbeeld 2

Een andere deelnemer ging in op het voorbeeld van personeelsbeleid: 'Samen de invulling doen, niet zomaar 'dat gaan we zo en zo oplossen' en de mensen voor een *fait accompli* stellen. Mensen aanzetten tot nadenken en hen inspireren mee te denken, ook over de lange termijn'.

Toelichting:

In bovenstaande twee voorbeelden gaan deelnemers in op het aspect van signalering en bewustwording van belangrijke ontwikkelingen op de arbeidsmarkt door middel van arbeidsmarktinformatie. Dit wordt door een deelnemer samengevat in de termen 'interactief beleidsproces'. De regionale en lokale achterban moet 'onderwezen' worden in hoe de arbeidsmarkt waarin men bijvoorbeeld onderneemt er voor staat.

Arbeidsmarktinformatie als sociaal cohesiemiddel

Sterk gerelateerd aan de functie van bewustwording en signalering is dat arbeidsmarktinformatie ook benut kan worden als sociaal cohesiemiddel om de achterban/netwerk te informeren over belangrijke ontwikkelingen op de arbeidsmarkt. Dit middel is bijvoorbeeld te relateren aan werkgevers- en werknemersorganisaties bij de vakbonden. Door mensen bewust te maken van actuele arbeidsmarktthema's vindt een proces van binding plaats, waardoor de cohesie van de eigen organisatie wordt verstevigd.

Arbeidsmarktinformatie als politiek middel

In deze functie wordt arbeidsmarktinformatie top down gecommuniceerd. Denk aan de Rijksoverheid die arbeidsmarktinformatie gebruikt om arbeidsmarktthema's bij lokale partijen te agenderen.

Voorbeeld 1

Met name in de eerste, uitvoerende focusgroep ontstond een discussie over de vraag wat voor betekenis arbeidsmarktinformatie nu heeft wanneer arbeidsmarktproblemen landelijk, top-down worden geagendeerd en er sprake is van een '2 voor 12' (arbeidsmarkt)problematiek. Een deelnemer ging hier als volgt op in: 'De gemeente zet een arbeidsmarktthema op de agenda of opdrachten komen van de centrale overheid omdat wij

ergens iets aan moeten doen vanwege onze positie. Wij hebben immers een zorgplicht jegens de burger'. En een andere deelnemer stelde in dezelfde discussie: 'Bij de gemeente is vrijwel alles geld gestuurd en is weinig meer op inhoud. De gemeente houdt zich nu eenmaal bezig met (te) veel werkvelden waardoor de reactie vaak erg ad hoc is, want men wordt overspoeld door opdrachten. Er is echt sprake van een topdown structuur'.

Voorbeeld 2

Een deelnemer vertelde dat hij weinig illusies had over de arbeidsmarktpraktijk. Voor hem kwam het eenvoudigweg neer op 'Wie betaalt, bepaalt'. Hij noemde als voorbeeld branchegerichte initiatieven: 'Er gebeurt wel veel, maar de opbouw is fragiel en wordt al snel omver geblazen door andere (van bovenaf opgelegde) zaken'. Het zijn dezelfde 'branchegerichte' initiatieven waarvan resulterend onderzoek in de landelijke focusgroep door twee deelnemers als 'flinterdun' werd afgedaan: 'Je moet af en toe goed kijken wie wat zegt, vooral als het gaat om brancheorganisaties die zwaar weer over zich heen zien komen, dat zijn vaak belangen gestuurde onderzoekjes'.

Voorbeeld 3

Een andere deelnemers noemde het voorbeeld dat er op een gegeven moment landelijk gegons ontstond dat er in de noordelijke provincie veel werk voorhanden was in haar sector, wat echter niet strookte met de realiteit. Mensen belden massaal op om te solliciteren en moesten teleurgesteld worden vanwege de verkeerde beeldvorming. Zij vond dan ook dat 'we eerst moeten afwachten wat er echt gebeurt en in wat voor gradaties. Als dan vervolgens door de politiek de financiering wordt veranderd of definities worden gewijzigd, is het lastig aansluiten...'

Toelichting:

Bovenstaande voorbeelden maken duidelijk dat er diverse lijnen te ontwaren zijn die ingaan op het thema arbeidsmarktinformatie als politiek middel. In het eerste voorbeeld wordt bijvoorbeeld ingegaan op de publieke verantwoordelijkheid van de gemeente richting burgers die ook van invloed is op het gebruik van arbeidsmarktinformatie. Agendering van arbeidsmarktthema's vindt vaak plaats doordat de landelijke politiek zaken op de politieke en publieke agenda zet die gemeentes verplicht zijn uit te voeren. Anderzijds willen gemeentes ook inhaken op (trendy) landelijk geformuleerde arbeidsmarktthema's die niet per se urgentie hoeven te hebben op regionaal niveau. Hier is de redenering dat de politiek 'bepaalt en betaalt' en dat er vervolgens weinig speelruimte overblijft om aan de hand van regionale arbeidsmarktinformatie eigen beleid te formuleren.

Het tweede voorbeeld gaat in op branchegerichte initiatieven. Als er al op basis van regionale en lokale arbeidsmarktinformatie onderzoek wordt gedaan, wordt dit vaak 'omver geblazen' door opdrachten die van bovenaf komen en die geld met zich meebrengen. Ook op dit niveau agendeert de politiek of een opdrachtgever het arbeidsmarktthema en daarmee welke arbeidsmarktinformatie wel of niet gebruikt moet worden. Interessant is dat wanneer brancheorganisaties hun eigen onderzoek uitvoeren, twee deelnemers in de focusgroep duidelijk maken dat dit ook vaak belangen gestuurd is omdat men vooral die informatie benut die zo duidelijk mogelijk aangeeft hoe erg de situatie wel is binnen die specifieke branche. In zekere zin is deze benutting van arbeidsmarktinformatie ook weer een vorm van legitimatie,

hoewel hier arbeidsmarktinformatie een meer fundamentele rol lijkt te spelen in het agenderen van een arbeidsmarktthema.

Het derde voorbeeld kaart niet alleen aan dat landelijke agendering van arbeidsmarktthema's kan bijdragen aan verkeerde beeldvorming als men geen nuances legt, maar benoemt ook een probleem dat deelnemers zien in de wisselvalligheid van de Nederlandse politiek. Op regionaal niveau kan wel beleid worden uitgestippeld, maar als de politiek ineens komt met nieuwe maatregelen die hier haaks op staan, is het 'lastig aansluiten'. Ook in de uitvoerende focusgroep kwam dit aspect aan bod, waar de gevoelens varieerden van scepsis ('alles wat we vandaag opzetten, kan morgen weer anders zijn') tot relativering ('de invloedssfeer die wij op regionaal niveau hebben is gezien het wisselvallige politieke bestel erg klein').

Arbeidsmarktinformatie als professioneel 'managementtool'

Sommige partijen gebruiken arbeidsmarktinformatie om hun organisatie richting te geven in de uitvoering. Maar hierbij kan ook gedacht worden aan het inzetten of ontwikkelen van instrumenten voor specifieke arbeidsmarktthema's.

Voorbeeld 1

Een deelnemer legt uit dat voor haar organisatie geldt: 'Iets is een probleem als een opdrachtgever zegt dat het een probleem is'. Hoe haar organisatie met arbeidsmarktinformatie omgaat omschreef zij als volgt: 'Je zit altijd met je bootje in de storm en het is de kunst om altijd voorop de golf te zitten met je strategie. Je moet je continue kunnen aanpassen, dat het altijd veranderlijk is, is een gegeven. Je kunt je als bedrijf niet veroorloven een product in de markt te zetten dat aanhaakt bij lange termijn prognoses, je moet korte klappen kunnen maken'. Een andere deelnemer reageerde hier instemmend op door te stellen dat arbeidsmarktbeleid '...altijd reactief is, het is nooit proactief of actief'.

Voorbeeld 2

Een deelnemer die zichzelf typeert als zowel consument als producent, reageert op de vraag van een andere deelnemer of er ook aanwezigen zijn die op basis van eigen onderzoek prognoses durven te maken. De eerste deelnemer antwoordt: 'Eigenlijk volg ik prognoses alleen als deze kloppen met mijn onderbuik gevoelens of mijn intuïtie. De prognoses moeten dan aansluiten bij wat ik ervaar vanuit de praktijk, voor mij is het dus een combinatie van beide: en onderbuik gevoel en prognoses, dan pas durven we'.

Toelichting:

Binnen de commerciële sector wordt arbeidsmarktinformatie vooral als professioneel managementmiddel ingezet waar de nadruk ligt op zachte informatie die zo nu en dan gecombineerd wordt met meer harde gegevens. Kennis hebben van deze subjectieve informatie is noodzakelijk om succesvol te zijn, omdat de arbeidsmarktpraktijk in essentie ad hoc van karakter is. Zoals de reactie van een beleidsmedewerker in het eerste voorbeeld en ook het tweede voorbeeld duidelijk aangeeft, is deze functie echter niet beperkt tot alleen private partijen. Ook publieke partijen gebruiken op deze manier arbeidsmarktinformatie. Vergelijk het tweede voorbeeld waarbij het draait om het combineren van 'ervaringen uit de praktijk' en prognostische informatie.

Wanneer we het verschillend gebruik van arbeidsmarktinformatie op een rij zetten, is een belangrijke conclusie dat arbeidsmarktinformatie op verschillende manieren benut wordt en

dat het verschillend gebruik van arbeidsmarktinformatie niet direct samenhangt met de *inhoud* van arbeidsmarktthema's, maar zal al naar gelang de *omgeving*, variëren in functie. Een treffend voorbeeld hiervan werd gegeven door een deelnemer (hoofd arbeidsmarkt) uit de landelijke focusgroep. Omdat de ontwikkelingen binnen haar branche razendsnel gaan, had zij 'niet altijd iets aan harde info', maar gebruikte zij ook haar 'buikgevoel' om te weten '...wat voor instrument kan ik hebben om beleid te formuleren'. Tegelijkertijd vertelde zij dat ze om arbeidsmarktprojecten gefinancierd te krijgen arbeidsmarktinformatie moet geven, hoewel deze volgens haar lang niet altijd relevant is voor het project. Zij concludeerde dat zij vanuit verschillende perspectieven met arbeidsmarktinformatie omging. Op de vraag wat dan het verschil maakte in hoe zij arbeidsmarktinformatie benutte, antwoordde zij: 'Het verschil maakt de samenspraak met de partners met wie je het doet dus dat is cultuurgebonden (bijv. brancheorganisaties), en ook geld speelt een leidende rol'. Dit voorbeeld benadrukt dat afhankelijk van wie met wie te maken heeft, arbeidsmarktinformatie verschillend wordt benut. Het stipt daarbij ook direct een ander relevant (beleids)punt aan, namelijk dat veel draait om samenspraak met partijen in het veld.

4.4 Conclusies

Dat gebruikers op verschillende manieren met arbeidsmarktinformatie omgaan zal niet voor iedereen als een verrassing komen. Misschien is het eerder verrassend dat de deelnemers aan het onderzoek hier heel open over waren en dat het verschillend gebruik geïllustreerd wordt met concrete voorbeelden uit de arbeidsmarktpraktijk. Dit zijn veelal voorbeelden die afwijken van een meer klassieke benadering waar arbeidsmarktinformatie een agenderende of evaluerende functie heeft. In dit hoofdstuk hebben we laten zien dat gebruikers van arbeidsmarktinformatie de informatie op verschillende manieren benutten. Dat de functies van informatie kunnen variëren heeft echter geen relatie met inhoud of arbeidsmarktthema, maar met de omgeving waarin de informatie gebruikt wordt.

We kunnen dan ook concluderen dat:

- Op basis van het feitelijk gebruik van arbeidsmarktinformatie in de praktijk kan gesteld worden dat arbeidsmarktinformatie verschillende functies kent, die kunnen variëren al naar gelang 'wie met wie' te maken heeft.
- De functies die kunnen worden onderscheiden zijn: arbeidsmarktinformatie als *legitimatiemiddel*; *overtuigingsmiddel*; middel ter *bewustwording* en *signalering*; *sociaal cohesiemiddel*; *politiek middel* en *professioneel managementmiddel*.
- Arbeidsmarktinformatie wordt ingezet als overtuigingsmiddel om mensen of organisaties te binden; als middel ter signalering en bewustwording met een agenderend en educatief doel, en hiermee samenhangend als een sociaal bindmiddel. Alle drie functies hangen op hun beurt nauw samen met arbeidsmarktinformatie als legitimatiemiddel: door arbeidsmarktinformatie in netwerken in te zetten, wordt het nut van de eigen organisatie gelegitimeerd.
- Arbeidsmarktinformatie wordt met name hoger in de hiërarchie benut als politiek middel om arbeidsmarktthema's te agenderen.

- Arbeidsmarktinformatie wordt ingezet als professioneel managementmiddel zowel door private *als* publieke partijen. De arbeidsmarktpraktijk is vanuit dit perspectief bekeken in essentie ad hoc, vandaar dat men zich vooral baseert op 'geluiden in het veld' die gecombineerd kunnen worden met meer harde gegevens om snel en flexibel in te kunnen spelen op een dynamische (arbeids)markt.

Op basis van de voorafgaande conclusies zijn we tot het inzicht gekomen dat bij het verbeteren van het gebruik van arbeidsmarktinformatie het van belang is goed te kijken naar het feitelijke gebruik en de context waarin de betreffende informatie wordt gebruikt. De zestal functies van arbeidsmarktinformatie die wij hebben onderscheiden werpen hier licht op. Mogelijkheden tot verbetering zien wij vooral op het punt van *duiding* en *coördinatie*. Het gaat namelijk (vrijwel) altijd om de context die bepalend is voor de vraag hoe informatie geïnterpreteerd mag/kan worden (duiding) en het gaat daarbij ook om een vorm of arrangement van deze informatie, die door iemand gemaakt moet worden. Dit laatste is vooral een coördinatievraagstuk, omdat iedereen in zijn/haar eigen context een eigen informatieset zou willen hebben.

In het volgende hoofdstuk zullen we ingaan op hoe we duiding en coördinatie zien als een mogelijkheid om voor de verschillende gebruikers de naar voren gebrachte knelpunten zo goed mogelijk op te lossen.

Hoofdstuk 5

Informatieknelpunten & duiding en coördinatie

5.1 Inleiding

In dit hoofdstuk willen een combinatie maken van de informatielacunes die RvB in haar rapport op vijf deelgebieden heeft geïnventariseerd met de knelpunten die wij hebben geconstateerd in de focusgroepen. Deze knelpunten hangen enerzijds samen met verschillende soorten gebruikers. Op grond van de onderzoeksvraag zijn in het RvB rapport vooral producenten van arbeidsmarktinformatie aan het woord gekomen. De vraag is echter of producenten (min) en consumenten (plus) dezelfde lacunes ervaren? Als zij dezelfde lacunes ervaren, hoe ernstig schatten zij deze in? Anderzijds zijn de knelpunten te relateren aan de zestal functies van arbeidsmarktinformatie die we in het vorige hoofdstuk hebben onderscheiden. Daarbij worden vier centrale vragen verder onderzocht, namelijk:

1. Is er een te kort aan informatie?
2. Is er te veel informatie?
3. Is er sprake van een lappendeken van informatie?
4. Is er een gebrek aan duiding en betekenisverlening?

De centrale bevinding op basis van onze analyse is dat gebruikers informatieknelpunten ervaren, maar dat dit niet het enige probleem is. Gebruikers hebben vooral behoefte aan betere duiding en coördinatie van arbeidsmarktinformatie. In de onderstaande matrix geven wij de knelpunten en aandachtspunten weer:

Figuur 11: Matrix van informatieknelpunten & duiding en coördinatie

| | Werkgelegenheid | Vacatures | Werkzoekenden Uitkeringen | Onderwijs | Mobiliteit |
|------------------------------|---|--|--|---|-----------------------------|
| Tekort aan informatie | Werkgelegenheids-structuur naar sector en beroepsrichting | UWV vacatures | | Weinig informatie over particulier onderwijs | Mobiliteit beroepsbevolking |
| | Informatie over ZZP'ers | | | Beperkt informatie over doorstroom | |
| | Actualiteit van bestanden | | | | |
| | Combineren van bronnen | | | | |
| Teveel aan informatie | Rapporten over kansen op arbeidsmarkt | | Gegevens van bronnen komen niet overeen | Overdaad aan opleidingen | |
| | Te dikke rapporten | | | | |
| Lappendeken | Sommige bronnen zijn lastig met elkaar te combineren | Vacatures van de overheid worden niet centraal verzameld | | Rollen van de verschillende partijen (onderwijs, ondernemers, overheid) | |
| Gebrek aan duiding | | Definitie van vacature | Definities werkloosheid | | |
| | | Vacatures en relatie bol/bbl banen | Informatie is niet beleidsmatig, WWnV | Duo geeft alleen hoofd en geen lokale vestigingen | |
| | | | Krapte en kansen voor onderkant arbeidsmarkt | | |

5.2 Knelpunten op het vlak van arbeidsmarktinformatie

In hun state of the art van arbeidsmarktinformatiebronnen heeft RvB een helder overzicht gegeven van welke bronnen er zijn en wat de belangrijkste lacunes zijn op het vlak van 1) werkgelegenheid, 2) vacatures, 3) werkzoekenden en uitkeringsgerechtigden, 4) onderwijs, en 5) mobiliteit. Van belang is dat bij iedere lacune ook de mate van ernst wordt aangegeven. Van belang is na te gaan hoe deze lacunes en de prioriteit die hen wordt toebedeeld overeenkomen met de knelpunten die de deelnemers binnen het kwalitatieve onderzoek hebben benoemd.

In de enquête is een open vraag opgenomen die vraagt naar welke twee arbeidsmarktthema's (problemen, knelpunten, vraagstukken) prioriteit hebben voor de professional. Ook in de focusgroepen zijn knelpunten aan bod gekomen. De resultaten van

beide methodieken vergelijken we met de inventarisatie van lacunes van RvB op basis van de vijf thema's. In onderstaande paragrafen worden alleen de lacunes genoemd die ook in het kwalitatieve onderzoek aan bod zijn gekomen. Verschillende voorbeelden zijn ook illustraties van de functies van arbeidsmarktinformatie die wij eerder hebben onderscheiden.

5.2.1. Werkgelegenheid

Werkgelegenheidsstructuur

Voorbeelden:

- Oplossen personeelstekorten in zorg en techniek op regionaal niveau. Hier sluiten de verschillende bronnen niet goed op elkaar aan en is er weinig zicht op de vraag in de regio op beroepsniveau.
- Het ontbreken van prognoses op regionaal en beroepsniveau op korte en middellange termijn. De prognoses van ROA zijn voor sommige beleidsmakers over een te lange termijn opgesteld of zijn volgens anderen niet betrouwbaar op hun regionale niveau van uitvoering.
- Mismatch tussen vraag en aanbod in kwalitatieve zin: de vraag van werkgevers sluit niet aan op het aanbod aan arbeidskrachten. Er zijn weinig bronnen die inzicht geven in deze meer kwalitatieve discrepantie. Dit sluit ook aan bij het eerste aandachtsstreepje.
- Een aantal deelnemers gaf aan dat er op het terrein van werkgelegenheid ook heel veel onderzoek op ad hoc basis wordt verricht. Dit is vaak erg specifiek, zowel naar opleiding, als naar sector, maar daardoor vaak ook maar beperkt actueel en snel achterhaald. Het is voor de gemiddelde beleidsmedewerker bijna onmogelijk om hier zicht op te krijgen.

Conclusie:

Op het vlak van werkgelegenheidsstructuur ervaren deelnemers een te kort aan goed op elkaar aansluitende basisinformatie en prognoses. Hierin komen de bevindingen van datagestuurde arbeidsmarktinformatie gebruikers en praktijkgerichte arbeidsmarktinformatie gebruikers overeen.

Informatie over ZZP'ers is beperkt

Ook is er weinig regionale informatie over ZZP'ers, een groep die steeds meer in omvang toeneemt en bepalende is voor de arbeidsmarkt omdat zij zich anders gedragen dan werkgevers enerzijds en werknemers anderzijds.

Conclusie:

Er is een verschil van interpretatie in de mate waarin deze lacunes als ernstig worden ervaren. Vanuit de datagestuurde arbeidsmarktinformatie is dit ernstig tot behoorlijk ernstig. Vanuit het perspectief van de praktijkgestuurde arbeidsmarktinformatie wordt het als veel minder erg beoordeeld.

Actualiteit van de data en combineren van bronnen

Statistische onderzoekers en in mindere mate beleidsmakers hebben minder problemen met een 'gat' van een jaar.

Conclusie:

Verskillende deelnemers beoordelen deze lacune van zeer ernstig tot vervelend. Voor de deelnemers die hechten aan de actualiteit van gegevens, is het knelpunt vooral te karakteriseren als 'niet optimaal aanwezige informatie'. Ook hier geldt dat vanuit het perspectief van de praktijkgestuurde arbeidsmarktinformatie dit niet een groot probleem is. Bovendien heeft deze lacune te maken met het feit dat sommige bronnen een vertraging van minstens een jaar hebben, actueler dan dat kan niet. Om specifiek regionaal beleid te ontwikkelen is dit een gemis. Als het echter gaat om een trend zoals vergrijzing en ontgroening of een functie als sociaal cohesiemiddel of overtuigingsmiddel dan ervaart men dit als minder erg.

5.2.2. Vacatures

Uit het rapport van RvB blijkt dat onder de noemer van vacatures geen lacunes vallen die als zeer ernstig worden beoordeeld. Dit komt overeen met de bevindingen uit de focusgroepen. In de eerste, uitvoerende focusgroep kwam naar voren dat de cijfers van het UWV niet volledig zijn, omdat een groot aantal van de vacatures hier niet geregistreerd is, maar bij de werkgevers zit. De deelnemers aan deze focusgroep gaven aan zo dicht mogelijk bij de bron qua werkgelegenheid en vacatures te willen zitten. In de tweede focusgroep kwam het knelpunt aan bod hoe op korte termijn vacaturevervulling te realiseren van 'lastige' functies, in verband met personeelsplanning op langere termijn. In de landelijke focusgroep werd het voorbeeld aangehaald van vacatures binnen de overheid die niet centraal staan geregistreerd ('verschillende partijen zetten het ergens anders neer') wat het moeilijk maakt een goed overzicht te krijgen.

Conclusie:

De eerste lacune die RvB noemt 'Geen duidelijke definitie van het begrip vacature' komt als zodanig niet terug in de focusgroepen. Een verklaring zou kunnen zijn dat veel gebruikers een combinatie van harde data en zachtere signalen uit de arbeidsmarktpraktijk gebruiken. In de focusgroepen is een paar keer genoemd dat signalen van werkgevers over moeilijk vervulbare vacatures minstens zo relevant zijn als precieze cijfers over het exacte aantal vacatures.

Ook kan het verschil in functie van arbeidsmarktinformatie de omvang van dit probleem kleuren. Een aantal deelnemers gaf aan dat er in verschillende fora anders over vacatures werd gesproken. Op bijvoorbeeld landelijk niveau ging het over het vaststellen van budgetten voor een sector, terwijl de regionale praktijk soms de andere kant op gaat; weinig vacatures.

5.2.3. Werkzoekenden en uitkeringsgerechtigden

Een belangrijke aanvulling op de categorie 'werkzoekenden en uitkeringsgerechtigden' betreft zorgen over knelpunten op het vlak van de onderkant van de arbeidsmarkt waar de actualiteit over de invoering van een regeling onderkant arbeidsmarkt (de Wet Werken naar Vermogen) duidelijk meespeelt. Enkele geluiden die op dit vlak te horen zijn, zijn de volgende:

Voorbeelden:

- Een deelnemer noemt de wet WIJ; cijfers gaven aan dat veel jongeren werkloos zouden zijn, maar na 'opschoonactie' bleek het allemaal erg mee te vallen. Ergo: 'Op

basis van verkeerde informatie wordt beleid georganiseerd'. Hier is arbeidsmarktinformatie toegepast in de functie van politiek middel.

- Op de vraag hoe verhouden bronnen zich tot elkaar en of er bronnen zijn die mensen bewust niet gebruiken, noemt een deelnemer het voorbeeld van werkloosheidscijfers van het CBS en het UWV. Hij vindt de cijfers van het UWV betrouwbaarder en duidelijker. En meer genuanceerd: iedereen heeft zijn eigen voorkeur, deze voorkeur hangt ook samen met de standaard waarmee je werkt. Als je wilt vergelijken zul je dezelfde bronnen moeten gebruiken. Dit is een voorbeeld waarin arbeidsmarktinformatie in de functie van overtuigingsmiddel is benut.
- In een focusgroep werd er ingegaan op het thema jeugdwerkloosheid die destijds landelijk op 9,6% werd geschat, er moest dus iets aan gedaan worden. Er werd geen tijd genomen om uit te zoeken waar de 9,6% vandaan kwam, maar er moesten meteen maatregelen worden genomen. In dit geval: er ging veel geld naar gebouwen die vervolgens weer leeg kwamen te staan, terwijl er binnen bestaande gebouwen ook nog genoeg ruimte was om mensen te plaatsen. Conclusie van de deelnemer: 'Verspilde moeite en verspild geld. Men moet effectiever en efficiënter met arbeidsmarktinformatie omgaan'. Dit is een illustratie van arbeidsmarktinformatie die topdown als politiek middel om lokaal beleid te realiseren wordt gebruikt.
- 'Het plaatsen van klanten met een grotere afstand tot de arbeidsmarkt bij bedrijven. Waarbij het probleem hem zit in het feit dat deze klanten concurrentie hebben van reguliere werkzoekenden met een kortere afstand tot de arbeidsmarkt. Vraag is dus, hoe gaan we de bedrijven 'triggeren' om toch onze klanten een kans te bieden. Bijvoorbeeld door beroep te doen op het sociaal ondernemerschap van de werkgever'. Dit is een voorbeeld van arbeidsmarktinformatie als legitimatiemiddel.
- 'Het kabinet is voornemens met een nieuwe regeling te komen voor de onderkant van de arbeidsmarkt (WSW, Wajong en de WWB) tezamen met forse bezuinigingen. Wat zijn de gevolgen voor onze klanten en belangrijk, welke keuzes dienen gemeenten te maken'. Hier doet zich het fenomeen voor dat een deel van de arbeidsmarktinformatie niet als beleidsinformatie gemaakt wordt, maar veeleer het resultaat is van een registratie of een verantwoordingsinstrument. De informatie is voor gebruikers dan ook moeilijk om te zetten in beleid. Hier is een grote behoefte aan arbeidsmarktinformatie die meer als managementtool gebruikt kan worden.
- 'Schaal van uitvoering. Er lijkt geen overeenstemming over de schaal van uitvoering van de re-integratie (voor de onderkant van de arbeidsmarkt). Effectieve schaal en (mijn gemeentelijke) zorgplicht voor mijn burgers lijken tegenstrijdigheden'. Ook dit punt zou kunnen worden gezien als een behoefte aan arbeidsmarktinformatie die als managementtool, richting aan het uitvoeren van Rijksregels kan worden gezien. Er is dan ook tegelijkertijd sprake van 'arbeidsmarktinformatie' als politiek middel, waarbij de rijksoverheid topdown de uitvoeringspraktijk wil beïnvloeden.
- 'Toekomstige ontwikkelingen in de arbeidsmarkt, met name voor kwetsbare groepen/onderkant van de arbeidsmarkt'; twijfel in hoeverre zij gaan profiteren van vergrijzingsproblematiek'

Conclusie:

Er is sprake van onduidelijkheid over hoe verschillen in cijfers afkomstig van diverse primaire en secundaire bronnen te duiden. Ook is er scepsis over de betrouwbaarheid en toepasbaarheid van arbeidsmarktinformatie. Daarbij blijkt dat arbeidsmarktinformatie vaak

niet als beleidsinformatie wordt geproduceerd en dat er veel behoefte is aan juist praktische arbeidsmarktinformatie in de zin van een eenvoudig te hanteren managementtool.

5.2.4. Onderwijs

In de focusgroepen is het thema van onderwijs informatie slechts beperkt aan de orde gesteld. Daarom kunnen wij de door RvB geconstateerde lacunes niet vergelijken met de uitkomsten van de focusgroepen. Er zijn echter wel een aantal andere zaken aan de orde geweest.

Voorbeelden:

- 'Rollen van de verschillende partijen op de arbeidsmarkt (overheid, bedrijfsleven, onderwijsinstellingen, uitzendbureaus) en de afstemming tussen deze partijen'. Hier is een behoefte aan arbeidsmarktinformatie die meer als managementtool (beleidsinstrument) zou kunnen dienen en eventueel ook als signaleringsfunctie.
- 'Huidige en toekomstige tekorten aan hoger opgeleiden. Dit thema heeft voor mij prioriteit vanwege de maatschappelijke opdracht van de Open Universiteit: bijdragen aan leven lang leren'. Dit is een opmerking die getypeerd zou kunnen worden in de context van arbeidsmarktinformatie als overtuigingsmiddel.
- 'Zicht krijgen op standplaats nevenvestigingen (nu alleen hoofdvestiging in HR) en beroep van de werknemers. Reden: regionaal inzicht verwerven in vraag naar beroepen / aansluiting arbeidsmarkt/onderwijs'
- 'Bevorderen dat arbeidsmarktgegevens een rol spelen in onderwijsbeleid (macro - landelijk- en meso niveau instellingen)'. Deze uitspraak is duidelijk een voorbeeld van een functie van arbeidsmarktinformatie als overtuigingsmiddel.
- 'Hoe kan het ROC de komende jaren voldoende nieuw personeel werven in een krappe arbeidsmarkt waarbij de uitstroom van 65-plussers zeer groot is vanaf 2013?' Ook hier is een behoefte aan arbeidsmarktinformatie als managementtool.
- Veel deelnemers noemden de overdaad aan studierichtingen en opleidingen ook als een probleem. In dit geval een teveel aan informatie. Daardoor is niet gemakkelijk een analyse te maken van de aansluiting tussen onderwijs en arbeidsmarkt omdat er zoveel verschillende mogelijke opleidingen zijn die soms moeilijk door werkgevers aan een beroep zijn te koppelen.

Conclusie:

In het onderwijs lijkt uit de focusgroepen een grote vraag naar voren te komen naar arbeidsmarktinformatie die kan dienen als managementtool en als overtuigingsmiddel. Dat komt overeen met de lacunes die RvB constateert. Het is op regionaal en lokaal niveau niet helder welke vestiging hoeveel leerlingen heeft. En er is beperkt informatie over doorstroom binnen opleidingen en diplomering. Als deze informatie beter beschikbaar komt zou dat tegemoet komen aan de belangrijkste beleids- en daarmee samenhangende organisatievraag van de betrokken partijen, namelijk werkgevers, onderwijs en gemeenten.

5.2.5. Mobiliteit

In de categorie (arbeids)mobiliteit is er één lacune die als zeer ernstig wordt beoordeeld, namelijk: 'op regionaal niveau is nog weinig statistische informatie beschikbaar over de mobiliteit van de beroepsbevolking'. In de focusgroepen is het thema mobiliteit beperkt aan de orde geweest. Wij kunnen daarom weinig inhoudelijke input toevoegen op de conclusies van RvB. In één van de focusgroepen werd kort op mobiliteit ingegaan in verband met de

vraag naar hoe een regio goed af te bakken was. Hier werd opgemerkt dat zodra het over mobiliteit gaat er grote verschillen zijn bijvoorbeeld op het vlak van reistijd: 'In Friesland is men meer gewend ver te reizen, in Zuid-Holland veel minder'. Dit heeft weer impact op de afgrenzing van arbeidsmarktregio's.

Twee andere opmerkingen gaan in op mobiliteit en opleiding en internationalisering van de arbeidsmarkt:

- 'Intersectorale mobiliteit naar opleiding. Reden: duurzame inzetbaarheid vergroten door verkennen mogelijkheden om met bijvoorbeeld extra scholing in een andere sector aan de slag te kunnen'.
- 'Internationalisering van de arbeidsmarkt, dit is de belangrijkste ontwikkeling in de komende jaren'.

5.2.6. Informatieknelpunten

In het CAB onderzoek zijn een aantal lacunes aan bod gekomen die als zeer ernstig werden ervaren, maar niet in de inventarisatie van RvB voorkomen. Dat heeft er mee te maken dat deze lacunes vanuit de arbeidsmarktpraktijk komen, waar de onderzoeksvraag van het CAB met name op was gericht. De lacune die het meest in het oog springt valt binnen de categorie van 'werkzoekenden en uitkeringsgerechtigden' en betreft diverse knelpunten rond de nieuwe Wet Werken naar Vermogen. Dit knelpunt komt ook aan bod in het literatuuronderzoek naar gebruikers door RvB.

Daarnaast zijn onder de categorieën onderwijs en mobiliteit nog enkele lacunes aangehaald die stuk voor stuk aandachtsgebieden aankaarten die sterk samenhangen met de soort gebruiker. Een lector bij de Open Universiteit is bijvoorbeeld geïnteresseerd in huidige en toekomstige tekorten aan hoger opgeleiden, een vraag die aansluit bij de opdracht van de OU om 'leven lang leren' te stimuleren. Een directeur van een ROC voorziet een knelpunt op het vlak van personeelsplanning vanwege een snel oplopende vergrijzing onder haar docententeam. Beide zouden als een vorm van arbeidsmarktinformatie als managementtool kunnen worden geïnterpreteerd. Onder de noemer van 'mobiliteit' worden vooral zeer algemene zaken aangehaald die weinig de diepte ingaan.

5.3 Nadere analyse: duiding en coördinatie. Is er een te kort of te veel informatie?

In deze paragraaf willen we verder ingaan op de vier vragen: 1) Is er een te kort aan informatie?, 2) Is er te veel informatie?, 3) Is er sprake van een lappendeken van informatie?, en 4) Is er een gebrek aan duiding en betekenisverlening? In de bijlage sectie hebben wij een matrix 'probleemidentificatie' weergegeven waarin citaten uit de vragenlijst en focusgroepen onder een van deze vier vragen/categorieën is gerangschikt.

Op basis van de nadere analyse kunnen we constateren dat informatieknelpunten niet de hoofdmoot vormen van de wensen en behoeftes van de onderzochte gebruikersgroep van arbeidsmarktprofessionals. Dat kan echter ook te maken hebben met het feit dat in de focusgroepen niet alle onderwerpen aan bod zijn gekomen. Voor een deel hangt dit samen met de methodiek van focusgroepen, die bedoeld is om deelnemers ook onderling op elkaar te laten reageren om zo inzicht te krijgen in de overwegingen en opinies van de deelnemers.

Informatieknelpunten vormen echter wel een deel van de problematiek rond arbeidsmarktinformatie, niet het enige, maar toch een belangrijk deel.

Te kort aan informatie

Een te kort aan informatie kan betekenen dat de informatie er wel is, maar niet gevonden wordt. Dit geluid was echter zeldzaam. In een focusgroep stelde een deelnemer dat objectieve informatie over Wajongers niet te vinden is, waarop een andere deelnemer hier tegenin ging. Volgens hem was globale informatie wel te vinden, maar meer specifieke informatie – in dit geval Wajongers die vol of gedeeltelijk aan de slag zijn – was ‘erg moeilijk’ te vinden. Daarbij werd ook toegegeven dat men vaak informatie zoekt die er niet is. Een tekort aan informatie kan daarnaast verbonden worden aan een behoefte aan meer prognoses en trends. Men vindt dat er een tekort is aan prognoses waar beleid op gebaseerd kan worden. Tijdens de focusgroepen bleek echter dat de schaal waarop gebruikers prognoses zouden willen hebben, namelijk het liefst een combinatie van sectoraal en regionaal, weinig betrouwbaar is.

We kunnen de vraag ook anders interpreteren, en dat is dat er een grote behoefte is aan arbeidsmarktinformatie op regionaal niveau die een duidelijk handelingsperspectief of beleidsrichting geeft. De achterliggende vraag naar arbeidsmarktinformatie is dan ook eerder: wat moeten we doen, dan klopt het wel precies? Zoals eerder al aangehaald is niet alle arbeidsmarktinformatie snel beleidsrelevant, dat geldt met name op dit moment voor de WWnV.

Er waren ook diverse deelnemers die spraken van een ‘overdosis’ of ‘overkill’ aan arbeidsmarktinformatie. De tweede focusgroep concludeerde gezamenlijk dat er ‘te veel onderzoek voor handen is en te veel dubbelmateriaal’. Dit is dan vooral materiaal op landelijk niveau. Een te veel aan informatie kan echter ook te maken hebben met de derde categorie: informatie is niet optimaal beschikbaar, maar is als een lappendeken. Een ‘overdosis’ aan informatie leidt volgens een deelnemer uit een focusgroep namelijk tot versnippering. Zijn opvatting was dat hier een verbetering van definiëring moet plaatsvinden. Daarbij kan een te veel aan informatie ook verwijzen naar de vierde categorie van ‘duiding’. Vergelijk bijvoorbeeld de uitspraak dat: ‘Mensen worden overvloedig met gegevens, maar niet met informatie’.

Lappendeken aan informatie: coördinatie

De zogeheten lappendeken van arbeidsmarktinformatie waar het knelpunt niet optimaal beschikbare informatie is, wordt breed herkend door de deelnemers. In de verbeterpunten die deelnemers aandragen (zie bijlage sectie) vormt de lappendeken ook een aandachtspunt. Men heeft het over het versterken van de eenduidigheid van bronnen en het bevorderen van transparantie door het steunen van arbeidsmarktonderzoek. Een beleidsmedewerker bij de gemeente verwoordde het als volgt: ‘Er is ongelofelijk veel beschikbaar, maar definitieproblemen of verschillende momenten waar info uitkomt (verschillende maanden) afstemmen op elkaar is lastig’.

De afstemming van definities is een vrij technisch gegeven. In het kwalitatieve materiaal komt vooral de vertaling van landelijke data naar regionale (en landelijke) informatie als een serieuze bottleneck naar voren. De behoefte aan meer regionale arbeidsmarktinformatie, zoals ook al in het vorige hoofdstuk aangegeven, wordt door veel gebruikers gedeeld. Dit is

een kwestie van afstemming tussen producenten en consumenten en te typeren als een coördinatielnpunt. Doordat arbeidsmarktinformatie afkomstig is van vele verschillende partijen treedt versnippering op omdat partijen (te) weinig op elkaar afstemmen. Sommige commerciële partijen hebben juist ook weer een belang bij deze versnippering.

De vraag in hoeverre bepaalde informatie te bewerken en te combineren is, staat ook centraal in het vijfde hoofdstuk van RvB. Hier wordt de aanbeveling gegeven dat overleg tussen bronhouders meer orde op zaken kan brengen en dat vooral verschillende stakeholders te weinig met elkaar in gesprek gaan. De samenwerking tussen stakeholders wordt door RvB als een randvoorwaarde gezien van goede arbeidsmarktinformatie. Coördinatielnpunten worden echter niet alleen opgelost als dataproducenten met elkaar om tafel gaan. Vergelijk ook de uitspraak van een deelnemer die als voornaamste knelpunt formuleerde 'Rollen van de verschillende partijen op de arbeidsmarkt (overheid, bedrijfsleven, onderwijsinstellingen, uitzendbureaus) en de afstemming tussen deze partijen'. Het probleem van coördinatie doet zich vooral urgent gelden op het vlak van bemiddelende, intermediaire organisaties die zich tussen producenten en consumenten in bevinden, en beide partijen dicht bij elkaar kunnen brengen. Hier komen we in de conclusies op terug.

Onder de noemer van 'lappendeken' kunnen we ook meer algemene opmerkingen scharen over het ervaren gegeven dat veel informatie te globaal is en niet specifiek genoeg. Op het gebied van zorg kwam het volgende voorbeeld ter sprake: 'Info is lang niet altijd specifiek genoeg en je hebt er dus niet altijd wat aan. Bijvoorbeeld als er veel vraag is binnen de zorg naar verpleegkundigen, is dit dan in de noordelijke regio of meer richting het oosten van de provincie?'.
'

Een thema dat specifiek ingaat op het knelpunt van de regio-indeling en dat past onder de noemer van 'lappendeken van informatie' kwam ter sprake in de derde focusgroep. Een deelnemer noemde het COROP als voorbeeld van een regio-indeling die volgens hem prettig te gebruiken is, vanwege '...beste gevoel voor woon-werkverkeer en redelijke afstanden, en eenduidige economische structuur'. Een medewerker van de KvK dacht er echter heel anders over. Het COROP was voor hem volstrekt niet nuttig omdat het op een ander niveau werkte dan hoe het KvK werkt, met kamers. Deze deelnemer vond het een 'vervelende indeling'. Een beleidsmedewerker van de gemeente reageerde door te stellen dat: '...iedere indeling is lastig, want er zijn er meerdere, de vergelijking is dus moeilijk'. De discussie werd afgesloten door een producent: 'Op vestigingsniveau is het heel lastig, in totaal 40 regio's en in verhouding met 30 regio's van UWV kun je ze koppelen. Je moet hier keuzes in maken'.
'

Duiding

Een groot deel van de geïnterviewde knelpunten met arbeidsmarktinformatie zijn onder de noemer 'duiding' thuis te brengen. De vraag naar arbeidsmarktinformatie als managementtool sluit hier ook bij aan. Men wil weten wat betekent dit voor mij? Wat moet ik doen? Met wie moet ik wel of niet samenwerken? Maar ook de functies van sociale binding en bijvoorbeeld overtuigingsmiddel zijn aan het knelpunt van 'duiding' te relateren. Als gebruikers de informatie zelf niet (of gedeeltelijk) kunnen duiden, rijst namelijk de vraag hoe zij in staat zijn hun achterban of mogelijke opdrachtgever mee te nemen?

Ook in de inventarisatie van verbeterpunten door deelnemers staat duiding hoog op de agenda (zie bijlage sectie). Er wordt getipt om 'meer te investeren in professionele kwaliteit',

om de betrouwbaarheid van gegevens te verhogen door te zorgen voor 'onafhankelijke duiding' en om consumenten bewuster te maken van hoe zij arbeidsmarktinformatie beter kunnen inzetten als zij al een 'basale kennis van informatie over hun eigen bedrijf/organisatie hebben'. Een belangrijke tip was ook stil te staan bij de vraag 'voor wie schrijven wij rapporten?' om op deze manieren op regionaal niveau de spelers die er toe doen betrokken te houden als 'probleemeigenaar'. Dit kan dan ook gezien worden in het licht van de functie van sociale cohesiemiddel. Dit voorbeeld maakt verder duidelijk dat het verbeteren van duiding vaak automatisch een coördinatie vraagstuk met zich meebrengt, namelijk: wie gaat de professionalisering van de duiding van arbeidsmarktinformatie regelen, regisseren en uitvoeren?

In het kwalitatieve onderzoek stelden verschillende deelnemers dat er behoefte is aan goede, onafhankelijke duiding. Het knelpunt van duiding speelt zich vooral af op het vlak van 'harde' arbeidsmarktinformatiebronnen op landelijk niveau. Deze bronnen zijn voor veel gebruikers lastig te interpreteren en er zijn experts voor nodig om deze bronnen toegankelijk te maken en te houden. Een medewerker van de UWV merkte bijvoorbeeld op dat 'Arbeidsmarktinformatie vaak toch heel moeilijk is als je alleen met cijfertjes komt waar veel mensen weinig mee kunnen'. In diverse focusgroepen kwam dit aspect naar voren. Een beleidsmedewerker bij de gemeente uit focusgroep legde uit dat iedereen om informatie vraagt, '...maar als het er ligt, dan doen weinig mensen er wat mee. Als je geen mensen inbrengt die de duiding geven, kan het de toegankelijkheid belemmeren'.

Het punt van toegankelijkheid werd door verschillende gebruikers in diverse focusgroepen als aandachtspunt geformuleerd, in het bijzonder door ondernemers. Een arbeidsmarktdeskundige binnen een marktorganisatie nam het in de landelijke focusgroep op voor MKB Nederland door te stellen dat arbeidsmarktonderzoeken in de regel vaak vuistdik zijn en moeilijk te interpreteren voor MKB'ers. De idee was dan ook om te werken aan een lightversie van rapporten voor ondernemers waar vooral wordt ingegaan op hoofdlijnen. Deze opmerking sluit aan op arbeidsmarktinformatie als middel ter bewustwording en signalering. Hier past ook de eerder genoemde opmerking dat arbeidsmarktinformatie 'gedoseerd' moet worden.

Kunnen gebruikers met de informatie omgaan?

Slechts een handjevol deelnemers gaf aan geen probleem te ervaren in het gebruik van arbeidsmarktinformatie. Een mooi voorbeeld hiervan werd geïllustreerd door een deelnemer in een van de focusgroepen die werkte bij een grote producent: 'De partijen die informatie nodig hebben, die komen wel'. Met andere woorden, als mensen niet bij de producent aankloppen is er ook geen sprake van een probleem. Deze uitspraak werd echt door het merendeel van de aanwezige deelnemers niet gedeeld.

De overgrote meerderheid van de gebruikers kan echter maar beperkt met arbeidsmarktinformatie omgaan. Dit heeft enerzijds met de complexiteit van de data en bronnen te maken (vergelijk de technische punten die door RvB worden aangestipt in de inventarisatie van lacunes), anderzijds speelt ook de complexiteit van de uitvoering een rol: het is niet gemakkelijk om te weten welke informatie je nodig hebt om beleid te onderbouwen. Wat zijn factoren die een rol spelen bij invloed op de arbeidsmarkt en welke indicatoren moet je dan hebben?

Sommige deelnemers zeiden over zichzelf: 'Natuurlijk kan ik ermee omgaan, want het is mijn dagelijks werk'. Dit waren vooral gebruikers aan de producenten, producenten 'min' en consumenten 'plus' kant. Een deel van de gebruikers die zich aan de consumentenkant bevindt, geeft echter duidelijk aan moeite te hebben met het duiden van arbeidsmarktinformatie, met name data en statistieken. Het valt deze groep zwaar om de vertaalslag te maken naar de eigen regionale, lokale setting. Ook is ter sprake gekomen dat een brede groep van gebruikers het lastig vindt conflicterende cijfers te interpreteren, zoals het voorbeeld van de werkloosheidscijfers aangeeft. De uitkomst dat gebruikers beperkt met informatie om kunnen gaan wijst erop dat intermediairs, maar ook specifieke en aanvullende datasets naast de basisset regionale arbeidsmarktinformatie van het UWV altijd nodig blijven.

5.4 Conclusies

Wij trekken hier een aantal conclusies die voorbij de meer inhoudelijke informatieproblemen gaan, namelijk:

- Het probleem rond arbeidsmarktinformatie is niet zozeer een inhoudelijk informatieprobleem, het gaat veel meer om duiding en coördinatie van arbeidsmarktinformatie. Om gebruikers tegemoet te komen dienen we dan ook niet alleen op het inhoudelijke vlak oplossingen te zoeken, maar moeten we ook rekening houden met de behoefte aan duiding en handelingsperspectief. Men wil weten wat betekent dit en wat moet ik doen?
- De vraag 'wat betekent dit en wat moeten we doen?' sluit nauw aan op de functie van arbeidsmarktinformatie als professioneel managementmiddel. Ook andere functies van arbeidsmarktinformatie zoals sociaal cohesiemiddel en overtuigingsmiddel zijn te relateren aan knelpunten rond duiding. Zonder goede duiding kunnen deze functies van arbeidsmarktinformatie minder goed door gebruikers worden ingezet.
- Het coördinatie knelpunt komt naar voren in de gesignaleerde 'lappendeken' van arbeidsmarktinformatie en kan verwoord worden in de praktische vraag: wie gaat ervoor zorgen dat arbeidsmarktinformatie beter op elkaar aan gaat sluiten?
- Het knelpunt van duiding is direct te verbinden aan de conclusie dat gebruikers beperkt in staat zijn aanwezige arbeidsmarktinformatie te gebruiken, in het bijzonder landelijke data en statistieken. Dit geeft aan dat intermediairs en aanvullende (op maat gemaakte) arbeidsmarktinformatie sets naast de basisset van het UWV nodig blijven.
- Het knelpunt van duiding wijst op een behoefte aan een professionaliseringslag die meerdere kanten opgaat:
 - o Gebruikers van arbeidsmarktinformatie hebben behoefte aan externe, onafhankelijke adviseurs
 - o Er moet met het oog op de productie van arbeidsmarktinformatie meer rekening worden gehouden met het publiek waarvoor men schrijft (punt van doseren en 'lightversies')

- Als het om duiding (handelingsperspectief) en coördinatie (wie werpt zich op als eigenaar/regisseur?) gaat, is het van belang verder te kijken dan alleen dataproducenten en ook oog te hebben voor meer intermediaire organisaties. Er lijkt hier in de praktijk al een oplossingsrichting zichtbaar. Veel producenten 'min' en consumenten 'plus' spelen al de rol van intermediair of adviseur. Zij combineren de productie van informatie vaak al met een coördinatie aspect. Het nadeel hiervan is dat het vaak niet systematisch en gestructureerd is, maar erg afhankelijk van plaats en tijdstip.
- Slechts enkele deskundigen ervaren geen probleem in het gebruik van arbeidsmarktinformatie.

Hoofdstuk 6

Conclusies

6.1 Inleiding

Professionals die voor hun werk gebruik maken van arbeidsmarktinformatie doen dit op vele verschillende manieren. Om helder zicht te houden op het feitelijk gebruik van arbeidsmarktinformatie hebben wij expliciet aandacht besteed aan de samenhang tussen informatie en beleid. Hier kunnen twee perspectieven worden ingenomen. Het is namelijk niet een vanzelfsprekend gegeven dat informatie beleid agendeert of dat harde informatie allesbepalend is. Ook professionals in het veld maken gebruik van 'onderbuik gevoelens' en benutten informatie op diverse manieren afhankelijk van de omgeving waarin zij opereren.

Wij hebben hier een onderscheid gemaakt tussen een data- en een praktijkgestuurde context van arbeidsmarktinformatie. Binnen de praktijkgestuurde context hebben wij vervolgens een zestal functies van arbeidsmarktinformatie onderscheiden die licht werpen op het feitelijke gebruik van informatie.

In deze conclusies zullen wij de negen onderzoeksvragen van de RWI beantwoorden. Tegelijkertijd willen we ook enkele meer overstijgende conclusies formuleren die ingaan op de twee generieke onderzoeksvragen naar ervaringen van gebruikers van arbeidsmarktinformatie en het feitelijke gebruik van deze informatie.

6.2 Beantwoording van de onderzoeksvragen

De negen onderzoeksvragen kunnen we als volgt beantwoorden:

1. Weten gebruikers de informatie te vinden?

Het merendeel van de gebruikers kan zowel harde als zachte data goed vinden. Informatie die niet wordt gevonden wordt door consumenten 'plus' (zowel consument als producent) eenvoudigweg zelf geproduceerd of als vraag neergelegd bij een commercieel onderzoeks- en adviesbureau.

2. Kunnen ze ermee omgaan? Hoe beoordelen zij de beschikbare arbeidsmarktinformatie?

Een deel van de deskundigen, vooral consumenten, geeft duidelijk aan moeite te hebben met het interpreteren van informatie en kan niet altijd de vertaalslag maken naar de eigen regionale of lokale setting. Dit betreft dan vooral harde data zoals data en statistieken. De beschikbare arbeidsmarktinformatie wordt verschillend beoordeeld vooral in termen van betrouwbaarheid, denk bijvoorbeeld aan het twijfelen aan de accuraatheid van prognostische informatie. Ook blijkt dat consumenten vooral zachte informatie gebruiken en producenten harde informatie. De consumenten 'plus' en producenten 'min' nemen een tussenpositie in.

3. Sluit de informatie aan op hun behoeften?

Driekwart van de gebruikers antwoordt tevreden te zijn over de mate waarin informatie tegemoet komt aan hun behoeftes. Toch zijn er uiteraard wensen en behoeftes. Denk bijvoorbeeld aan de wens van het UWV om mensen beter te scholen in het duiden van arbeidsmarktinformatie of de wens van het MKB om light-versies te maken van

arbeidsmarktrapporten. Hier valt ook te denken aan behoeftes die minder reëel zijn, zoals sommige gebruikers die de beschikbare informatie nooit gedetailleerd genoeg vinden.

4. Zijn er lacunes? Ondervinden zij knelpunten?

Uit de vergelijking tussen de uitkomsten van het onderzoek van RvB en de uitkomsten uit de focusgroepen, komen overeenkomsten en verschillen aan bod (zie toegevoegde bijlage). Belangrijke conclusie is dat er volgens het CAB niet zozeer sprake is van een informatieknelpunten. In die gevallen waarin dit wel zo is, doet RvB hier duidelijke aanbevelingen om deze te verhelpen. De informatielacunes gelden met name voor de meer gespecialiseerde arbeidsmarktinformatie gebruikers. De gemiddelde gebruiker heeft echter meer vragen rondom duiding (een gebrek aan expertise) en coördinatie (we constateren een versnippering van informatie, waarbij er geen van de partijen een duidelijke coördinerende rol heeft of neemt). Dit komt in alle focusgroepen, maar ook in de interviews naar voren. Qua coördinatie is het op regionaal niveau blijkbaar moeilijk om daar een partij voor aan te wijzen of op te laten staan. Op lokaal en landelijk niveau is dit veel duidelijker daar zijn het respectievelijk de gemeente en de rijksoverheid die de regie hebben. In de regio ontbreekt zo'n duidelijke partij. Soms zien we een provincie die deze rol op zich neemt, bijvoorbeeld in Gelderland, dat kunnen RPA's zijn of hun opvolgers, bijvoorbeeld de POA's.

5. Hoe vertalen zij de informatie zodanig, dat zij in staat zijn beleidsbeslissingen te formuleren?

Deze vraag volgt de logica van de datagestuurde informatieketen waarin informatie tot beleid leidt. Een centraal punt van het CAB onderzoek is echter dat arbeidsmarktinformatie lang niet altijd wordt ingezet voor het formuleren van beleidsbeslissingen of het agenderen van arbeidsmarktthema's. En als dit wel het geval is, is de onderbouwing vaak op basis van zachte informatie. Daarbij lopen beleidsbeslissingen ook vooruit op arbeidsmarktinformatie zoals het voorbeeld van 'arbeidsmarktinformatie als legitimatie achteraf' aangeeft. Het valt op dat er een grote behoefte bestaat aan de overbrugging van arbeidsmarktinformatie naar beleidsbeslissingen. In de analyse van de focusgroepen komt dit ook vaak naar voren bij veel partijen. Er is behoefte aan arbeidsmarktinformatie als managementtool. Dat wil zeggen: arbeidsmarktinformatie moet veel explicieter geproduceerd worden met het oog op bruikbaarheid met betrekking tot beleidstoepassingen.

6. Welke informatie is volgens de gebruikers nodig om de samenhang tussen regionaal arbeidsmarktbeleid en de operationele uitvoering op de werkpleinen te bevorderen en daarmee de totstandkoming van lokale en regionale actieplannen?

Uit het materiaal blijkt dat deelnemers de bovenstaande samenhang niet ervaren als een groot knelpunt. Wij constateren in de focusgroepen een grote behoefte aan duiding en coördinatie bij de 'gewone' gebruikers van arbeidsmarktinformatie. Zij willen niet zozeer meer of betere informatie als wel uitleg wat het betekent en iemand die de verschillende onderdelen (bronnen of informatiesets) met elkaar verbindt. De gemiddelde regionale speler op de arbeidsmarkt is erg gericht op de arbeidsmarktpraktijk en heeft een vrij pragmatische houding. Het gaat hem of haar vooral om wat het beste is om te doen in de regio.

7. Welke informatie is nodig om de samenhang in het arbeidsmarktbeleid tussen sectoren en werkpleinen te bevorderen?

In de focusgroepen is dit 'knelpunt' niet naar voren gekomen als een probleem dat speelt in de praktijk.

8. Wat zijn de witte vlekken (ontbrekende noodzakelijke informatie): welke informatie ontbreekt om tot het opstellen van goede lokale en regionale arbeidsmarktplannen en tot voornoemde samenhang te komen?

Zowel vraag 7 als 8 worden ons inziens vooral beantwoord in het RvB onderzoek. Op basis van de vergelijking tussen overeenkomsten en verschillen in lacunes die in beide deelonderzoeken aan bod komen, wordt dit echter wel aangescherpt en aangevuld. Centraal punt blijft dat het kwalitatieve onderzoek duidelijk aangeeft dat de kern niet draait om een ontbreken van informatie. Het gaat voor een groot deel om duiding (bijv. als het lappendeken probleem is opgelost, zijn er nog steeds oplossingen nodig om de informatie toegankelijk te maken) en coördinatie (een te veel aan informatie is in essentie ook een coördinatie probleem: wie zorgt ervoor dat er minder aanbieders komen, of dat partijen met elkaar in overleg gaan?).

9. Hoe zouden deze witte vlekken ingevuld kunnen worden en welke partij(en) zou(den) hiertoe het initiatief moeten nemen?

Zoals het nu lijkt zijn het vooral de consumenten 'plus' (en producenten 'min') die een tussenpositie vertegenwoordigen, en intermediaire organisaties die expertise in huis hebben om informatie te duiden, die een rol kunnen spelen in knelpunten van duiding en coördinatie. Het ontbreekt in de regio aan een duidelijk regisseur zoals we net ook al constateerden. Wij zien dat er verschillende partijen deze rol vervullen, soms de provincie, maar vaak ook interne of externe adviseurs en onderzoekers. Het nadeel daarvan is dat er geen systematische en gestructureerde aanpak plaats vindt. Het UWV zou zich hier een plaats kunnen verwerven op basis van haar expertise als het om arbeidsmarktinformatie gaat. Zij heeft echter niet bij alle partijen een natuurlijke voorkeur voor deze rol.

Ervaringen van gebruikers en feitelijk gebruik van arbeidsmarktinformatie

Op basis van het kwalitatieve onderzoek is het ook mogelijk de vraag hoe tegen arbeidsmarktinformatie aan te kijken in een continuüm te plaatsen van 'data' naar 'ad hoc' tot 'ervaring' (zie ook hoofdstuk 3, paragraaf 3.3). De kwantitatieve hoek verwijst naar de datagestuurde context, terwijl de kwalitatieve hoek juist refereert aan de praktijkgerichte context. De ad hoc positie markeert een tussenpositie waar beide vormen van gebruik van arbeidsmarktinformatie tegelijkertijd aanwezig kunnen zijn.



Figuur 12: Continuüm van arbeidsmarktinformatie gebruik

Bovenstaand schema kunnen we in termen van conclusies als volgt gebruiken:

1. Door arbeidsmarktinformatie te optimaliseren en de onderlinge data beter op elkaar af te stemmen is een relevantere en actuelere informatieset te produceren. Met training in gebruik van deze informatie zijn gebruikers beter in staat om

arbeidsmarktontwikkelingen te volgen, te duiden en hun handelingsperspectief te bepalen. Deze positie van arbeidsmarktinformatie (data/kwantitatieve hoek) volgt vooral uit de analyse van RvB.

2. De ad hoc positie is een tussenpositie die van beide (data en ervaring) iets heeft. Deze positie wordt ook geformuleerd in dit deelrapport waar zowel in wordt gegaan op informatieknelpunten als meer contextuele/omgevingsfactoren die bepalen hoe arbeidsmarktinformatie wordt ingezet. Tegenover de logica van 'koppelen van bronnen' en 'definities herijken' staan dan ook uitspraken van gebruikers dat 'meer informatie niet zozeer nuttig is' en dat 'informatie door belangen gestuurd wordt'. Dit wijst op andere knelpunten dan informatieproblemen, zoals de kernvraag hoe is (de toegang tot) arbeidsmarktinformatie beter te coördineren? Veel gebruikers hebben een pragmatische houding en zijn redelijk in staat om op een combinatie van ervaring en data arbeidsmarktthema's te signaleren en hiermee aan het werk te gaan. Het is de vraag of dit met de huidige ontwikkelingen nog steeds een goede mogelijkheid blijft. Er is steeds minder geld, maar tegelijkertijd wel meer verantwoordelijkheid bij regionale en lokale spelers. Daardoor worden de marges erg klein. Een training zoals in punt 1 lijkt hier dan ook zeker op zijn plaats.
3. In de 'ervaringspositie' wordt het gebruik van arbeidsmarktinformatie door perspectieven op de arbeidsmarktpraktijk gestuurd en is er zeer weinig algemene en 'harde' informatie. Veel signalen komen uit de directe omgeving. In een stabiele omgeving zoals die tot ongeveer 3 jaar geleden gold, waarin sprake was van een duidelijke richting konden veel partijen op hun ervaring drijven. Zij hadden veel expertise over wat werkt en wat niet, kenden hun netwerk goed en ook de doelgroep. In de komende tijd zullen veel van deze 'zekerheden' verdwijnen en is het sturen op enkel ervaring een hachelijke zaak.

Op basis van het bovenstaande trekken wij de volgens conclusies. Naar aanleiding van de onderzoeksvraag **Wat zijn de percepties en ervaringen van gebruikers van arbeidsmarktinformatie?**, zijn de conclusies als volgt:

- Arbeidsmarktinformatie wordt als een complex begrip ervaren. Er zijn heel veel soorten van arbeidsmarktinformatie, naast de statistische arbeidsmarktinformatie of informatie op basis van registraties. Veel arbeidsmarktinformatie is niet kwantitatief maar juist kwalitatief. Dat wil zeggen dat het moeilijk is om er precieze berekeningen mee te maken, maar het biedt daardoor vaak wel inzicht in verbanden en keuzeoverwegingen. Expertanalyse is ook een vorm van arbeidsmarktinformatie, of bijvoorbeeld een goede antenne hebben voor lokale belangen.
- Knelpunten rond arbeidsmarktinformatie worden door gebruikers van arbeidsmarktinformatie veelal niet ervaren als informatieprobleem, maar eerder als duiding en coördinatie probleem. Men heeft behoefte aan mensen/organisaties die de vertaalslag kunnen maken van vooral landelijke, statistische arbeidsmarktinformatie naar informatie die toe te passen is op de regionale setting. Deze vertaalslag brengt automatisch een coördinatie vraag met zich mee, want wie gaat deze betekenisverlening op een meer systematische wijze coördineren, regisseren en uitvoeren?

- 'Zachte' arbeidsmarktinformatie is vooral voor consumenten (de gewone gebruiker) belangrijker dan 'harde' informatie. De gewone gebruiker mist de kennis om deze informatie te duiden. Hij of zij kan moeilijk interpreteren wat de data en statistieken toegepast op het eigen werkveld precies betekenen. Deze conclusie is te verbinden aan de eerder gestelde conclusie dat 'zachte' arbeidsmarktinformatie vooral voor consumenten (de gewone gebruiker) belangrijker is dan 'harde' informatie (zie hoofdstuk 3, paragraaf 3.6).
- De wensen en behoeften van gebruikers van arbeidsmarktinformatie zijn divers en niet eenduidig in beeld te brengen. Dit komt omdat wensen en behoeften grotendeels afhankelijk zijn van specifieke gebruikers en de context waarin zij arbeidsmarktinformatie benutten.
- Een conclusie die aansluit bij het vorige punt is dat het soort arbeidsmarktthema waarin gebruikers zijn geïnteresseerd in het geval van private partijen sterk samenhangt met de markt of eigen organisatie, terwijl dit bij publieke partijen veel meer door de overheid wordt bepaald.

Met betrekking tot de onderzoeksvraag **Hoe worden arbeidsmarktinformatiebronnen in de praktijk feitelijk gebruikt?**, concluderen we dat:

- Uit het onderzoek blijkt dat de gemiddelde gebruiker van arbeidsmarktinformatie pragmatisch is en een eigen mix van arbeidsmarktinformatiebronnen gebruikt.
- Arbeidsmarktinformatie is voor het merendeel door praktijk gestuurde informatie. Hoe gebruikers ermee omgaan hangt niet zozeer samen met *inhoud* maar is afhankelijk van de *omgeving* waarin de informatie wordt benut.
- Arbeidsmarktinformatie kent naast het agenderen van arbeidsmarktthema's nog tal van andere functies, van legitimatie, signalering, overtuiging, sociaal bindmiddel, politiek middel tot managementtool. Afhankelijk van de gebruiker en de context kan arbeidsmarktinformatie één of meer van deze functies vervullen.
- Het feit dat arbeidsmarktinformatie naast een kennisbron ook fungeert als een middel met uiteenlopende doelen (bijvoorbeeld informatie als legitimatiemiddel om subsidie binnen te halen voor projecten) betekent dat in het zoeken naar verbeteringen op het vlak van arbeidsmarktinformatie niet alleen naar informatieknelpunten gekeken moet worden, maar ook naar andersoortige problemen die direct geënt zijn op het feitelijke gebruik van arbeidsmarktinformatie. Meer inzicht in de diverse functies van arbeidsmarktinformatie kan hierbij helpen.
- Het is van belang goed te kijken naar het feitelijke gebruik van arbeidsmarktinformatie en de context waarin de betreffende informatie wordt gebruikt. Mogelijkheden tot verbetering zijn vooral op het punt van *duiding* en *coördinatie* te behalen. Het gaat namelijk (vrijwel) altijd om de context die bepalend is voor de vraag hoe informatie geïnterpreteerd mag/kan worden (duiding) en het gaat daarbij ook om een vorm of arrangement van deze informatie, die door iemand

gemaakt moet worden. Dit laatste is vooral een coördinatievraagstuk, omdat iedereen in zijn/haar eigen context een eigen informatieset zou willen hebben.

Een aantal andere conclusies die meer specifiek ingaan op de twee centrale hoofdvragen zijn:

- Aangezien beleidsmedewerkers op regionaal en lokaal niveau een breed takenpakket hebben, zou hier rekening mee kunnen worden gehouden in het ontwerp van de basisset die zoals de term al aangeeft ook echt een basis of startpositie moet kunnen bieden voor een brede waaier aan thema's.
- De focusgroepen laten het beeld zien dat de regionale partijen bezig zijn met de vertaalslag van landelijke-politieke thema's naar concreet beleid in de regio. Het is juist deze vertaalslag die de nodige problemen met zich meebrengt op zowel het vlak van duiding als coördinatie.
- Op basis van de casuïstiek kunnen we stellen dat veel beleidsadviseurs en overige arbeidsmarktdeskundigen zeer goed in staat lijken te zijn arbeidsmarktinformatie op een weloverwogen manier te gebruiken en dat 'maatwerk' hier van groot belang is. Een punt dat aansluit op het eerdere punt van een basisset van informatie die vervolgens in een tweede stadium vraaggericht is of op 'maat' afhankelijk van het arbeidsmarktthema waar men mee geconfronteerd wordt. Dit vormt een expliciete link naar de UWV basissets.
- De indeling in micro-meso-macro niveau biedt aanknopingspunten in zoverre dat vooral beleidsmedewerkers vaak op microniveau bezig zijn, terwijl het mesoniveau wederom benadrukt dat gebruikers 'maatwerk' beogen en behoefte hebben aan vertaalslagen naar hun situatie. Op macroniveau wordt inzichtelijk dat arbeidsmarktinformatie niet altijd gemaakt wordt met een duidelijke beleidsgerichtheid voor degenen in het veld, zoals helder wordt in het geval van de invoering van de Wet Werken naar Vermogen.
- In het gat tussen primaire bronnen (data) en gebruikers (ervaring) hebben zich de laatste jaren heel wat intermediaire organisaties genesteld. Een belangrijke conclusie is dat het dus niet zo is dat daar niets gebeurt, want er zijn al arbeidsmarktschetsen gemaakt door regionale instellingen. Het centrale punt van aandacht is dat hoewel deze organisaties afzonderlijk best goede producten leveren, zij onderling zich slecht tot elkaar verhouden.

Deze laatste conclusie en de beantwoording van onderzoeksvraag 9 (hoe zouden de witte vlekken ingevuld moeten worden?), wijzen op het belang van intermediaire organisaties die gebruikers tegemoet komen in het knelpunt van en de behoefte aan externe duiding. Op basis van het kwalitatieve onderzoek hebben we dit belang in beeld gekregen en kunnen benoemen. We hebben echter geen duidelijk zicht op welke intermediaire organisaties allemaal actief zijn in dit veld. Het zou zinvol zijn in het licht van de gesignaleerde aandachtspunten van duiding en coördinatie hier verdere aandacht aan te besteden.

Hoofdstuk 7

Bijlagen

In deze bijlage sectie volgen eerst bijlagen die horen bij de methodologische verantwoording (7.1), daarna volgen overige bijlagen (7.2) waaronder een matrix probleemidentificatie en de literatuurlijst.

7.1 Methodologische verantwoording

Bijlage 1: Focusgroepen

Focusgroepen worden zo genoemd omdat er één specifieke focus centraal staat die in groepsverband wordt besproken. In dit project is de focus arbeidsmarktinformatiebronnen en de al genoemde onderzoeksvragen die daaromheen spelen. Het accent bij focusgroepen ligt op de interactie tussen de verschillende participanten die deelnemen, dit past goed binnen de opdracht van de RWI. Een bijkomend voordeel van de methode van focusgroepen is dat door gespitst te zijn op de interactie tussen de verschillende participanten binnen een focusgroep we zaken op een rij kunnen zetten die niet meteen aan bod komen in de methode van een individuele vragenlijst.

Door in totaal vier focusgroepen te organiseren is het mogelijk beter vat te krijgen op de context van een brede groep van gebruikers en de ervaringen die zij naar voren brengen in een breder perspectief te zetten. In de focusgroep staat de gebruiker centraal, tegelijkertijd vindt hier wel enige sturing plaats door een moderator die de focusgroep leidt en een *sidekick* die de discussie aanwakkert mocht dat nodig zijn. Aan alle deelnemers die waren aangeschreven om te participeren binnen een focusgroep is een vooraankondiging gestuurd waarin onder andere werd uitgelegd wat een focusgroep is (zie bijlage 2).

In de eerste, verkennende fase van het onderzoek is aandacht besteed aan de afbakening en chronologie van de focusgroepen en de vraag hoe de focusgroepen zo in te vullen dat zij een goede opbrengst genereren. De afbakening van de vier focusgroepen is van belang, omdat hier verschillende keuzes in mogelijk zijn, keuzes die ook de focus van het onderzoek bepalen. Er zijn tenminste drie opties om de focusgroepen af te bakenen: 1) aan de hand van specifieke gebruikersgroepen, 2) op basis van regionale netwerken, en 3) een mix van beide combinaties. Het voordeel van optie één is dat deze insteek meer licht werpt op de vraag wie welke arbeidsmarktinformatie nodig heeft. Er wordt inzicht gekregen in de behoefte van specifieke gebruikersgroepen. Optie twee biedt meer zicht op een algemeen beeld van hoe arbeidsmarktinformatie in professionele netwerken wordt gehanteerd.

Belangrijk punt is dat met 'regionale indeling' niet zozeer geografische regio's worden bedoeld als wel mensen bij elkaar brengen die in bestaande netwerken arbeidsmarktinformatie gebruiken en met elkaar delen. De problematiek hoeft namelijk niet regiospecifiek te zijn. De derde optie is een combinatie van beide.

In de uiteindelijke samenstelling van de focusgroepen is gekozen voor de derde optie. Binnen de vier verschillende focusgroepen zijn deelnemers uitgenodigd die verschillende gebruikersgroepen representeren en/of samenwerken in professionele netwerken. Dit is echter nog vrij algemeen gesteld. De verdere afbakening van de focusgroepen waarop de selectiecriteria voor deelnemers zijn gebaseerd, heeft via twee lijnen plaatsgevonden: 1) een indeling in tijdshorizon (operationeel, tactisch en strategisch), en 2) een indeling op het handelingsniveau (micro, meso, en macro). Dit is een

onderscheid dat ook in arbeidsmarktbeleid wordt gemaakt. Hoewel hier geen één op één relatie ligt kunnen we wel stellen dat operationeel beleid vaak op het lokale en uitvoerende niveau plaatsvindt, het tactische beleid in de regio (meso) en strategisch beleid meer voorbehouden is aan landelijke spelers (macro).

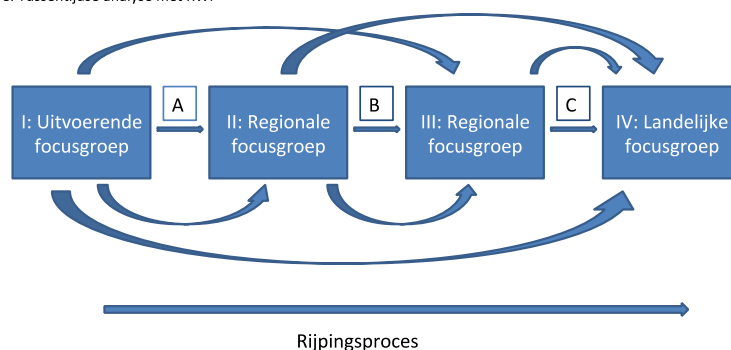
In totaal zijn er vier focusgroepen georganiseerd waarvan de eerste focusgroep zich op het lokale, uitvoerende niveau bevond. In deze focusgroep lag de nadruk vooral op microprocessen waarbij het gaat om directe klantrelaties en contacten. De tweede en derde focusgroep waren regionale focusgroepen die meer geënt zijn op het tactische, meso niveau. Hier ligt de nadruk veel meer op indirecte beïnvloeding, belangengroepen en het afstemmen van het handelen van organisaties. De laatste focusgroep was gericht op landelijke spelers en bevindt zich op macroniveau waar strategisch beleid centraal staat. Hier ligt de nadruk meer op institutionele processen en bijvoorbeeld wet- en regelgeving. Kortom, de RWI en het CAB zijn op basis van deze indeling dan ook uitgekomen op één uitvoerende focusgroep, twee regionale focusgroepen, en één landelijke focusgroep.

In de uitvoerende focusgroep ging het qua selectie niet per se om mensen die op uitvoerend niveau bezig zijn zoals *case managers*, maar eerder om uitvoerende organisaties waarbinnen verschillende mensen benaderd zullen worden om deel te nemen aan de focusgroep. Wat de twee regionale focusgroepen betreft is er gekozen voor een regionale focusgroep 'Noord' en een focusgroep Stedendriehoek/Haaglanden. In de twee regionale focusgroepen zijn drie soorten van regionale samenwerking besloten: 1) de regio Haaglanden staat voor grootstedelijk en de Stedendriehoek voor kleinstedelijk, 2) de focusgroep Noord zou je kunnen karakteriseren als regionaal plus, want deze bestrijkt Noord-Nederland. Met deze twee focusgroepen wordt niet zozeer gezocht naar geografische verschillen, maar naar constellaties van samenwerkingsverbanden en hoe binnen deze verbanden beelden/concepten van de arbeidsmarkt(thema's) variëren. Voor een volledige lijst van deelnemers aan de vier focusgroepen zie bijlage 3.

Een ander punt van aandacht in het opzetten van de focusgroepen was de volgorde waarin deze zouden moeten plaatsvinden. In essentie is de benadering met behulp van de focusgroepen procesmatig en methodologisch: de uitkomsten van de ene focusgroep dienen als input voor de volgende. Indrukken die verkregen worden tijdens een focusgroep kunnen weer voorgelegd worden in een volgende focusgroep, enerzijds om de participanten te prikkelen, anderzijds om beelden en conclusies te valideren. Met chronologie doelen we dan ook met name op voortschrijdend inzicht. Na iedere focusgroep is namelijk een moment van kritische evaluatie ingelast. In onderstaand schema wordt dit proces van voortschrijdend inzicht weergegeven, evenals de volgorde van de vier focusgroepen die de voorkeur verdient:

Chronologie focusgroepen

A: Tussentijdse analyse met RWI
B: Tussentijdse analyse met RWI
C: Tussentijdse analyse met RWI



Deze chronologie is weer terug te koppelen naar het schema over richtingen van arbeidsmarktinformatie waar twee perspectieven kunnen worden ingenomen. De zogeheten datagestuurde keten (van data/informatie naar beleid en uitvoering), wat wij de 'institutionele logica' zouden willen noemen, is in de focusgroepen ruimschoots naar voren komen. Wij willen echter ook aandacht besteden aan de onderste lijn van de keten, de praktijkgestuurde keten, want deze stroom is veel lastiger boven tafel te krijgen. Door met de uitvoerende focusgroep te beginnen, is de nadruk op praktijkgestuurde arbeidsmarktinformatie gewaarborgd.

Een belangrijke vraag in het werken met focusgroepen is wat voor probleemstelling hierin centraal staat en wat de verwachte opbrengsten/resultaten zijn? Het doel van de focusgroep binnen dit onderzoek was het inventariseren van het feitelijk gebruik van arbeidsmarktinformatie in relatie tot de eigen werkzaamheden. Om hier goed zicht op te krijgen waren de focusgroepen in drie delen opgesplitst: 1) inleiding en voorstelronde, 2) Gebruik van arbeidsmarktinformatie, en 3) Behoeftes aan arbeidsmarktinformatie. Door de drie onderdelen heen werden de bevindingen gepresenteerd op basis van de vooraf opgestuurde vragenlijst.

De focusgroepen boden een inhoudelijke verdieping van de vragenlijst omdat deelnemers binnen deze bijeenkomsten met elkaar kunnen discussiëren en door elkaar worden uitgedaagd. Door gebruik te maken van interactieve werkvormen kan zicht worden gekregen op vragen als hoe mensen tegen de arbeidsmarkt aankijken, op welke wijze zij (arbeidsmarkt)informatie in de praktijk gebruiken, welke bronnen zij wel of niet gebruiken, wat zij ervaren als knelpunten en wat voor wensen en behoeftes men heeft. Al met al leverden de vier focusgroepen een flinke hoeveelheid aan relevante data op die de kwalitatieve kern vormt van dit rapport.

Bijlage 2: Vooraankondigingbrief focusgroepen

Onderwerp: Vooraankondiging focusgroepbijeenkomsten gebruikersonderzoek 'Arbeidsmarktinformatie'

Geachte heer, mevrouw,

Graag nodigen wij u uit voor een focusgroepbijeenkomst in het kader van een onderzoek naar de wensen, behoeften, ervaringen en percepties van gebruikers van arbeidsmarktinformatiebronnen. Dit onderzoek wordt uitgevoerd door het Centrum voor Arbeid en Beleid (CAB) in opdracht van de Raad voor Werk en Inkomen (RWI).

De afgelopen tijd is het aantal informatiebronnen over de arbeidsmarkt sterk gegroeid. Met als resultaat dat ook wel gesproken wordt over een 'lappendeken' van informatie. Ook is arbeidsmarktinformatie veel pluriformer geworden, bijvoorbeeld door de opkomst van internet en de directe toegang tot leveranciers van informatie. Dergelijke ontwikkelingen roepen de vraag op hoe de situatie in de praktijk wordt ervaren en hoe er beter ingespeeld kan worden op de informatiebehoefte van gebruikers, met name in de regio.

Hoe gebruikt en beoordeelt u arbeidsmarktinformatie bijvoorbeeld en waarvoor gebruikt u deze? En hoe verhouden informatie en beleid zich volgens u tot elkaar? Het doel van dit onderzoek is het verkrijgen van een meer compleet beeld van de arbeidsmarktbeleidpraktijk. Daarmee kan een bijdrage worden geleverd aan het innoveren en verbeteren van beleidsrelevante arbeidsmarktinformatie(bronnen) en aan de toepassing ervan.

Focusgroepbijeenkomsten

De methodiek die wij binnen dit onderzoek hanteren zijn zogeheten focusgroepbijeenkomsten. Focusgroepen worden zo genoemd omdat ze zijn gericht op één enkel thema en er tijdens de bijeenkomsten met behulp van groepsdiscussies een specifiek veld/thema wordt verkend. Bij focusgroepbijeenkomsten ligt het accent op de interactie tussen participanten.

Voorafgaand aan de focusgroepbijeenkomst wordt iedere deelnemer gevraagd een korte vragenlijst in te vullen, waarvan de uitkomsten zullen worden meegenomen als input voor de bijeenkomst. Naast de input uit de vragenlijsten zullen wij casuïstiek inbrengen.

In totaal organiseren wij voor dit project vier verschillende focusgroepbijeenkomsten om zicht te krijgen op de context van de gebruikers van arbeidsmarktinformatie op verschillende niveaus. Het gaat om een focusgroep 'uitvoering' met werkcoaches, accountmanagers, medewerkers werkgeversservicepunten, e.a., twee focusgroepen gericht op de regio en een focusgroep gericht op het landelijke niveau. Voor de bijeenkomsten worden deelnemers vanuit diverse organisaties benaderd, zoals gemeenten, werkgevers- en werknemersorganisaties, werkpleinen, UWV Werkbedrijf, kamers van koophandel, ondernemingen, vertegenwoordigers van RPA's en regionale SER-en, onderwijsinstellingen en uitzendorganisaties.

Tijdsinvestering

De focusgroepbijeenkomsten zullen in de middag plaatsvinden van 13.00-16.00 uur. De uitvoerende en de landelijke focusgroepbijeenkomst worden in het SER-gebouw te Den Haag gehouden. De locatie

van de twee regionale focusgroepbijeenkomsten stemmen wij af op de betreffende regio's. Met het invullen van de vragenlijst bent u maximaal 20 minuten bezig.

Nadere informatie

Vanwege het belang van het onderzoek voor een goed functionerende (regionale) arbeidsmarkt, verzoeken wij u vriendelijk op deze uitnodiging in te gaan. Binnenkort zullen wij u via de email een definitieve aankondiging sturen, inclusief de datum en locatie van de focusgroepbijeenkomst waarvoor u bent uitgenodigd. Mocht u nog vragen hebben, dan kunt u contact opnemen met Emke Bosgraaf van het CAB, tel. 050 3115113 of email bosgraaf@cabgroningen.nl

Met vriendelijke groet,
Raad voor werk en Inkomen
mr. P.J. Biesheuvel
Voorzitter RWI

Bijlage 3: Overzicht lijst deelnemers aan focusgroepen

In totaal hebben aan de focusgroepen 50 deelnemers meegedaan. Hieronder de volledige lijst van deelnemers:

Focusgroep 1: (7 deelnemers)

Aanwezige deelnemers: Frank Kentin (Radar Advies), Miriam van Drunen (LIFT Groep), Henneke Schats (SER Gelderland), Cristel Poortenaar (USG Restart), Jan van der Hidde (SW bedrijf Lander), Martin Fiddelaers en Kees Weinbrecher (gemeente Emmen).

Focusgroep 2: (17 deelnemers)

Aanwezige deelnemers: Richard Geelof, Mark Geertsema & Judith Slagter (Gemeente Groningen), Dhr. Emmens (SNN), Andries Telgenhof (regio Groningen-Assen), Ida Grasdijk (Zorgplein Noord), Nynke Postma (UWV Noord), Ingrid Veldschoten (Talent & Career center), Rob Wolters (provincie Groningen), Pim Raaijmakers (Provincie Drenthe), Albert Vlaardingebroek (Noorderpoort college), Bert Vliegers (COLO), Meindert Krijnsen (RBO), Henk Eggens (Noorderlink), Annet Dijkema (Seaportsxperience centre Delfzijl), Vincent Kolstein (stichting NOVO), Marian Blauw (WerkPro).

Focusgroep 3: (10 deelnemers)

Aanwezige deelnemers: Paul Bijleveld (Saxion), Marcel Soselisa (Metaalunie), Geert Scholtens (Haaglanden), Jean Paul Biever (UWV), Aad Stoffels (KvK), Solange Panayotopoulos (KvK), Saskia Grit (UWV), Hester Konings (Tympaan), Judith Dayala (Gemeente Den Haag), Catrien Smit (RPA Haaglanden).

Focusgroep 4: (16 deelnemers)

Aanwezige deelnemers: Paul du Bois (CvA/VNG), Reza Tabatabaie (BZK), Pia Deveneijns (MBO raad), Mireille Zuiderduijn (Manpower), Femke Kooiman (ABU), Ton Sluiter (USG people), Femina Fransman (HBA), Femke Bosman (Regioplus), Joke Terstege (Regioplus), Jan-Pieter Daems (CMV dienstenbond), Nicole Keetman (Tempoteam), Piet Meij (NBBU), Hans Slagmolen (IWI), Fred Jansen (A&O fonds), Udo Teunis (ELI), ROC afgevaardigde.

Bijlage 4: Vragenlijst

Het uitgangspunt bij de vragenlijst was om deze concreet en bondig te houden om op deze manier een zo hoog mogelijke respons te realiseren. De vragenlijst diende als een vliegende start voor de focusgroepen en was instrumenteel van aard om de focusgroepen scherpte en diepte te geven. Om de vragenlijst laagdrempelig te maken is ervoor gekozen om deze in de vorm van een *websurvey* in te zetten. De mensen die hadden toegezegd deel te nemen aan een focusgroep werd na de vooraankondiging een definitieve aankondiging gestuurd waarin een link was opgenomen om de vragenlijst in te vullen. Hierbij werd uitdrukkelijk vermeld dat de vragenlijst diende als input voor de focusgroep waaraan men ging deelnemen.

Samen met de RWI is ervoor gekozen om één vragenlijst te hanteren en deze zo nodig in de loop van het onderzoek aan te passen. Met andere woorden, er werd van te voren ruimte ingebouwd om bepaalde vragen te veranderen, toe te spitsen of te verwijderen al naar gelang een tussentijdse analyse van een specifieke focusgroep daar reden toe gaf. Uiteindelijk bleek het niet nodig de vragenlijst aan te passen. Verder werd de vragenlijst vier keer verstuurd, waarbij de landelijke focusgroep als laatste een vragenlijst kreeg toegestuurd. Een bijkomend voordeel van deze aanpak is dat mensen vlak voor de focusgroep een vragenlijst konden invullen wat de kans verkleinde dat men het liet liggen.

De opzet van de vragenlijst is ook richtinggevend geweest voor de inhoudelijke structurering van de focusgroepen. De vragenlijst begint met een informatieve introductie over het onderzoek en gaat daarna in op 1) algemene gegevens deelnemer, 2) percepties en ervaringen van gebruikers, en 3) gebruik van arbeidsmarktinformatiebronnen. In dit rapport is in bijlage 5 de vragenlijst opgenomen en in bijlage 6 zijn de uitkomsten van de vier vragenlijsten weergegeven. Dit geeft een totaalbeeld van hoe alle deelnemers de vragenlijst hebben ingevuld. De informatie die de open vragen hebben opgeleverd is verwerkt als kwalitatieve input voor de hoofdstukken in dit rapport.

Bijlage 5: Overzicht van vragen

Vragenlijst ter voorbereiding op de focusgroepbijeenkomsten 'Gebruikers van arbeidsmarktinformatiebronnen'

RWI Den Haag & CAB Groningen

In samenwerking met de RWI doet het CAB onderzoek naar ervaringen en behoeftes van gebruikers van arbeidsmarktinformatie. Een belangrijke aanleiding van dit onderzoek komt naar voren in een paradox die voor veel mensen herkenbaar is. Deze paradox gaat in op de relatie tussen arbeidsmarktinformatie en arbeidsmarktbeleid en luidt: als er geen arbeidsmarktinformatie beschikbaar is zijn partijen van mening dat er geen (goed) beleid geformuleerd kan worden, als de arbeidsmarktinformatie wel beschikbaar is wordt het daarentegen vaak niet gebruikt.

Centraal in dit onderzoek staan een viertal focusgroepbijeenkomsten (één uitvoerend, twee regionaal en één landelijk) waarmee wij beter zicht willen krijgen op het gebruik van arbeidsmarktinformatiebronnen en meer specifiek welke relatie er bestaat tussen arbeidsmarktinformatie en arbeidsmarktbeleid. Focusgroepen worden zo genoemd omdat ze zijn gericht op één enkel thema en er tijdens de bijeenkomsten met behulp van groepsdiscussies een specifiek veld/thema wordt verkend. De uitvoerende focusgroep is voornamelijk gericht op organisaties die arbeidsmarktbeleid operationaliseren. De twee regionale focusgroepen (Den Haag/Stedendriehoek & Noord-Nederland) zijn bedoeld om meer zicht te krijgen op het tactische beleid in de regio. De vierde focusgroep – de landelijke – is gericht op het macro niveau waar vooral strategisch beleid centraal staat. Voor iedere focusgroep zullen vijftien a twintig professionals uit het veld worden uitgenodigd om met elkaar te discussiëren over percepties/ervaringen en wensen/behoeftes op het vlak van arbeidsmarktinformatie. Aan de bijeenkomsten zullen deelnemers vanuit diverse organisaties participeren, zoals gemeenten, werkgevers- en werknemersorganisaties, werkpleinen, UWV Werkbedrijf, kamers van koophandel, ondernemingen, vertegenwoordigers van RPA's en regionale SER-en, onderwijsinstellingen en uitzendorganisaties.

Wij willen u ter voorbereiding op de focusgroep waarvoor u als deskundige bent uitgenodigd een aantal dingen vragen. Uw antwoorden zullen wij meenemen als input voor de focusgroep waarvoor u bent uitgenodigd. Bij sommige vragen staat tussen haakjes vermeld 'een antwoord mogelijk', Wij willen hier graag 1 antwoord, vult u daarom het antwoord in dat het eerste bij u opkomt. Graag ontvangen wij uw antwoorden op deze vragenlijst voor (*datum*). U kunt de vragen vinden via de volgende link: (*weblink*). Alvast vriendelijk bedankt voor uw moeite, wij stellen uw bijdrage zeer op prijs.

1. Algemene gegevens

Naam:

Functieomschrijving:

Organisatie:

Provincie/plaats:

2. Perceptie/ervaringen van gebruikers

Een belangrijke vraag in het onderzoek is of het gebruik van arbeidsmarktinformatie afhankelijk is van de percepties en ervaringen van de verschillende gebruikers. Hier ligt de focus dus niet zozeer op de vraag welke informatie u nodig heeft als wel hoe u als gebruiker van arbeidsmarktinformatie tegen de arbeidsmarkt aankijkt en hoe dit uw visie beïnvloedt op de verhouding arbeidsmarktinformatie en – beleid.

- 1) Vanuit welke invalshoek bent u met arbeidsmarktinformatie bezig?

- a) Ik ben vooral bezig met vraagstukken van vraag en aanbod en meer specifiek matching
- b) Ik ben vooral bezig met economisch beleid in het algemeen
- c) Ik benader de arbeidsmarkt als een transitionele arbeidsmarkt
- d) Ik ben vooral bezig met werkgelegenheidsvraagstukken in de gemeente
- e) Anders, namelijk:

- 2) Als u twee arbeidsmarktthema's (problemen, knelpunten, vraagstukken) zou mogen benoemen die voor u als professional prioriteit hebben, welke zijn dat dan? Kunt u kort toelichten waarom deze voor u prioriteit hebben?
- a. Toelichting:
 - b. Toelichting:

De volgende viervragen (3,4,5 & 6) gaan over de door u benoemde prioriteiten. Houdt u deze in het achterhoofd bij het beantwoorden van de vragen. Er zijn verschillende manieren binnen een organisatie om te bepalen met welke arbeidsmarktthema(s) aan de slag wordt gegaan. Sommige thema's komen op de agenda door onderzoek, andere thema's worden bijvoorbeeld meer gestuurd door belangen vanuit een organisatie.

- 3) Hoe worden arbeidsmarktthema's over het algemeen binnen uw organisatie geagendeerd? (één antwoord mogelijk)
- a) via arbeidsmarktinformatie
 - b) via belangen/lobby
 - c) via ervaring/expertise van de medewerkers
 - d) via politieke keuzes
 - e) anders, namelijk:

Organisaties kunnen op verschillende manieren hun kennis en invloed op de arbeidsmarkt operationaliseren, bijvoorbeeld in projecten, programma's of beleidsrapporten.

- 4) Op welke wijze formaliseert u in hoofdzaak uw arbeidsmarkt-kennis? (één antwoord mogelijk)
- a) in arbeidsmarkt-notities
 - b) in projecten
 - c) in programma's
 - d) in overleg met andere organisaties
 - e) vanuit subsidieregelingen
 - f) anders, namelijk:

- 5) Hoe omschrijft u uw positie van invloed?
- a) Ik ben hoofdzakelijk opdrachtgever
 - b) Ik ben hoofdzakelijk regisseur
 - c) Ik ben hoofdzakelijk uitvoerder
 - d) Ik ben hoofdzakelijk werkgever
 - e) Ik ben hoofdzakelijk adviseur
 - f) Ik ben hoofdzakelijk belangenbehartiger
 - g) anders, namelijk:

- 6) Werkt u binnen en met vaste samenwerkingsverbanden of boort u al naar gelang het arbeidsmarktthema ook nieuwe netwerken aan? (één antwoord mogelijk)
- a) Ik werk met niemand samen
 - b) Ik werk met vaste samenwerkingsverbanden
 - c) Ik werk in flexibele netwerkend

3. Gebruik van arbeidsmarkt-informatiebronnen

De volgende vragen gaan over arbeidsmarkt-informatiebronnen. Hieronder verstaan wij alle mogelijke bronnen van informatie die iets vertellen over arbeidsmarkt-vraagstukken, zoals statistieken, onderzoeken, wetenschappelijk- en vakpublicaties, enz.

- 1) Hoe vaak maakt u voor uw werk gebruik van arbeidsmarkt-informatiebronnen?
- a) Nooit

- b) Maandelijks
- c) Wekelijks
- d) Dagelijks

2) Als u gebruik maakt van arbeidsmarktinformatiebronnen, wat voor type bronnen gebruikt u dan vooral? (één antwoord mogelijk)

- a) Statistieken en data
- b) Beleidsstukken
- c) Signalen uit professionele netwerken
- d) Nieuwsbladen
- e) Wetenschappelijke en vakpublicaties (kunt u voorbeelden noemen?)
- e) Anders, namelijk:

3) Waarvoor gebruikt u arbeidsmarktinformatiebronnen? (één antwoord mogelijk)

- a) Als hulpmiddel voor het identificeren voor arbeidsmarkt verbeterpunten
- b) Ter ondersteuning bij het formuleren van beleid
- c) Ter ondersteuning van het operationaliseren van beleid
- d) Als instrument voor evaluatie van beleid
- e) Anders, namelijk:

4) Aan welke vorm van arbeidsmarktinformatie heeft u (meer) behoefte? (één antwoord mogelijk)

- a) meer cijfers
- b) meer duiding
- c) meer prognoses en trends
- d) meer casuïstiek?

5) Bent u tevreden in de mate waarin wordt voldaan aan uw behoefte aan arbeidsmarktinformatie(bronnen)? Kunt u uw antwoord kort toelichten?

- a) Zeer tevreden
- b) Tevreden
- c) Ontevreden
- d) Zeer ontevreden

6) Waar liggen volgens u knelpunten c.q. verbeterpunten op het vlak van het aanbod van arbeidsmarktinformatie in relatie tot uw specifieke wensen en behoeftes?

Bijlage 6: Uitkomsten vragenlijst

De vragenlijst is door 45 van de in totaal 50 deelnemers ingevuld. Hieronder volgen de resultaten van de meerkeuzevragen:

Perceptie/ervaringen van gebruikers

Een belangrijke vraag in het onderzoek is of het gebruik van arbeidsmarktinformatie afhankelijk is van de percepties en ervaringen van de verschillende gebruikers. Hier ligt de focus dus niet zozeer op de vraag welke informatie u nodig heeft als wel hoe u als gebruiker van arbeidsmarktinformatie tegen de arbeidsmarkt aankijkt en hoe dit uw visie beïnvloedt op de verhouding arbeidsmarktinformatie en -beleid.

Vanuit welke invalshoek bent u met arbeidsmarktinformatie bezig?

- 37.2% Ik ben vooral bezig met vraagstukken van vraag en aanbod en meer specifiek matching
- 20.9% Ik ben vooral bezig met economisch beleid in het algemeen
- 9.3% Ik benader de arbeidsmarkt als een transitionele arbeidsmarkt
- 9.3% Ik ben vooral bezig met werkgelegenheidsvraagstukken in de gemeente
- 23.3% Anders, namelijk
- 100.0%

Perceptie/ervaringen van gebruikers

De volgende vier vragen gaan over de door u benoemde prioriteiten. Houdt u deze in het achterhoofd bij het beantwoorden van de vragen. Er zijn verschillende manieren binnen een organisatie om te bepalen met welke arbeidsmarktthema(s) aan de slag wordt gegaan. Sommige thema's komen op de agenda door onderzoek, andere thema's worden bijvoorbeeld meer gestuurd door belangen vanuit een organisatie.

Hoe worden arbeidsmarktthema's over het algemeen binnen uw organisatie geagendeerd?

- 31.8% Via arbeidsmarktinformatie
- 15.9% Via belangen/lobby
- 25.0% Via ervaring/expertise van de medewerkers
- 11.4% Via politieke keuzes
- 15.9% Anders, namelijk
- 100.0%

Organisaties kunnen op verschillende manieren hun kennis en invloed op de arbeidsmarkt operationaliseren, bijvoorbeeld in projecten, programma's of beleidsrapporten.

Op welke wijze formaliseert u in hoofdzaak uw arbeidsmarktkennis?

- 11.1% In arbeidsmarktnotities
- 26.7% In projecten
- 13.3% In programma's
- 24.4% In overleg met andere organisaties
- 2.2% Vanuit subsidieregelingen
- 22.2% Anders, namelijk

100.0%

Perceptie/ervaringen van gebruikers

Hoe omschrijft u uw positie van invloed?

8.9% Ik ben hoofdzakelijk opdrachtgever
17.8% Ik ben hoofdzakelijk regisseur
8.9% Ik ben hoofdzakelijk uitvoerder
4.4% Ik ben hoofdzakelijk werkgever
33.3% Ik ben hoofdzakelijk adviseur
15.6% Ik ben hoofdzakelijk belangenbehartiger
11.1% Anders, namelijk
100.0%

Werkt u binnen en met vaste samenwerkingsverbanden of boort u al naar gelang het arbeidsmarktthema ook nieuwe netwerken aan?

2.2% Ik werk met niemand samen
24.4% Ik werk met vaste samenwerkingsverbanden
73.3% Ik werk in flexibele netwerken

Gebruik van arbeidsmarktinformatiebronnen

De volgende vragen gaan over arbeidsmarktinformatiebronnen. Hieronder verstaan wij alle mogelijke bronnen van informatie die iets vertellen over arbeidsmarktvragestukken, zoals statistieken, onderzoeken, wetenschappelijke en vakpublicaties.

Hoe vaak maakt u voor uw werk gebruik van arbeidsmarktinformatiebronnen?

0.0% Nooit
43.2% Maandelijks
22.7% Wekelijks
34.1% Dagelijks

Als u gebruik maakt van arbeidsmarktinformatiebronnen, wat voor type bronnen gebruikt u dan vooral?

20.5% Statistieken en data
11.4% Beleidsstukken
27.3% Signalen uit professionele netwerken
4.5% Nieuwsbladen
4.5% Wetenschappelijke en vakpublicaties
31.8% Anders, namelijk
100.0%

Gebruik van arbeidsmarktinformatiebronnen

Waarvoor gebruikt u arbeidsmarktinformatiebronnen?

15.9% Als hulpmiddel voor het identificeren voor arbeidsmarktverbeterpunten
36.4% Ter ondersteuning bij het

| | | |
|---|--|--|
| | formuleren van beleid | |
| | 25.0% Ter ondersteuning van het operationaliseren van beleid | |
| | 6.8% Als instrument voor evaluatie van beleid | |
| | 15.9% Anders, namelijk | |
| | 100.0% | |
| Aan welke vorm van arbeidsmarktinformatie heeft u (meer) behoefte? | 6.8% Meer cijfers | |
| | 18.2% Meer duiding | |
| | 50.0% Meer prognoses en trends | |
| | 6.8% Meer casuïstiek | |
| | 18.2% Anders, namelijk | |
| | 100.0% | |

Gebruik van arbeidsmarktinformatiebronnen

| | |
|---|----------------------|
| Bent u tevreden over de mate waarin wordt voldaan aan uw behoefte aan arbeidsmarktinformatie(bronnen)? | 0.0% Zeer tevreden |
| | 72.7% Tevreden |
| | 27.3% Ontevreden |
| | 0.0% Zeer ontevreden |

Bijlage 7: Interviews

In de verkennende fase zijn ook een aantal interviews afgenomen. Deze interviews waren oriënterend van aard en bedoeld om een gevoel te krijgen van hoe mensen arbeidsmarktthema's conceptualiseren, niet zozeer om het afnemen van een gestandaardiseerde vragenlijst. De interviews zijn daarbij ingezet om input te leveren voor het ontwerp van de focusgroepen. Daarnaast werden ze gebruikt om de vragenlijst verder aan te scherpen. Hieronder volgt een lijst van de deelnemers die zijn geïnterviewd:

- ✓ Het CAB heeft op de bijeenkomst van 11 maart van de Manifestgroep Arbeidsmarkt in Utrecht ruimte gevraagd op de agenda om aandacht te besteden aan de arbeidsmarktinformatiebehoefte van de betreffende aanwezigen. In plaats van individuele interviews, heeft hier een groepsgesprek plaatsgevonden. Aan deze bijeenkomst hebben onder andere meegedaan: Johan Bruining, divisie sociale zekerheid Achmea; Herma Verbey, bestuurder Culemborg, sociale zekerheid; Hans Spigt was wethouder Dordrecht, voorzitter sz VNG, was voorzitter RWI; zelfstandig adviseur Paul Bulterman, werkcentra Constance Pos, zelfstandig adviseur arbeidsmarkt, daarvoor bij Radar, Gelderland; Wil Peters, directeur sw bedrijven; Henk Spies & Ray Geerling. De discussie ging met name over wat de regio is, werkt die al, insteek van brancheorganisaties op regioniveau en bestuurlijk vacuüm.
- ✓ Verder zijn geïnterviewd: Gerrit van der Veen (werkplein manager UWV Werkbedrijf Oost-Groningen); Elly Bootsma (projectcoördinator RPA-NHN); Jan Swinkels, Marktentree (Advies- en detacheringsbureau op het gebied van re-integratie); en Peter van Eekert, Arco SZ (communicatie-advies bureau Utrecht).

7.2 Overige bijlagen:

Bijlage 8: Citaten over belang/betekenis van arbeidsmarktinformatie

Dat arbeidsmarktthema's in veel gevallen niet op de agenda komen op basis van harde cijfers heeft ook te maken met hoe gebruikers het belang en de relevantie van arbeidsmarktinformatie inschatten. Deze vraag werd tijdens verschillende focusgroepen expliciet gesteld, waar vervolgens verschillend op werd gereageerd. Sommige citaten zijn gezamenlijke conclusies, individuele uitspraken worden gelinkt aan organisaties:

- ✓ 'Informatie is noodzakelijk om beleid te maken en uit te voeren: 'plan-do-check-act'
- ✓ 'Belang van informatie is groot, maar waarde wordt bepaald door betrouwbaarheid en bruikbaarheid'
- ✓ 'Wij bestaan ervan, het is ons product' tot 'onderbouwing van beleid en strategische personeelsplanning'
- ✓ 'Het hebben van een goed netwerk is belangrijker dan het hebben van informatie'
- ✓ 'Agenderen, formuleren, operationaliseren, toetsen, continue en voortdurend'
- ✓ 'Planning opleidingsaanbod ROC's; om arbeidsmarktbeleid te voeren bij gemeenten, branches, ministeries, bij het signaleren van tekorten, het opzetten van wervingscampagnes, bij planning re-integratie opleidingen ROC' (Directeur ROC)
- ✓ 'Standpunt bepaling/contact met leden; transparantie/ondersteunen beslissingen; beleid/marktinformatie voor leden/lobby; commercieel
- ✓ 'Arbeidsmarktinformatie hebben we nodig om signalement af te geven, je voelsprietten dienen wel in de grond te staan, je moet het kunnen toetsen, geeft rust dat je weet waar je op kan kiezen. Conclusie: ABMI is een soort van managementtool
- ✓ 'Een kan niet zonder het ander, zonder ABM info doe je een flinke stap terug, maar als we de eerste er niet bij zouden hebben is het ook lastig (Uitzendbureau)
- ✓ 'ABM info belangrijk, zorg en welzijn, op het vlak van strategisch HRM beleid, wil je het agenderen dan heb je ABM info nodig (RPA)
- ✓ 'ABMI om te oriënteren en beleidskeuzes te maken. En: bedrijfsleven heeft behoefte aangegeven aan meer HBO'ers, dus ook ABMI van hoe is de stand van zaken met het HBO, hoe hoog opgeleid zijn ze in de stedendriehoek, etc. En: koppelen van sectoren, zorgsector en maakindustrie, heb je ook ABMI voor nodig. Veel info is er niet, we weten nooit zeker: wat is de behoefte van het bedrijfsleven? KvK doet ook zelf onderzoek als ze bepaalde info niet kunnen vinden. ABMI wordt vaak gebruikt als extra onderbouwing (KvK Oost-Nederland)
- ✓ 'ABMI is cruciaal voor arbeidsmarktstrategie: je kunt info met elkaar 'delen', benchmarking. Als het gaat om innovatie, maar ook over ABMI. Ook weten hoe het zit bij de collega. Ligt het aan je instelling of is het breder? ABMI is maar een deel van je vraag naar strategie. Als de zorgvraag afneemt heb je minder personeel nodig, is niet per se ABMI. ABMI sec wordt alleen relevant als je weet in welke context het zich afspeelt
- ✓ 'Pas als er pijn zit bij de bedrijven, komen ze wel tot oplossingen. Arbeidsmarktbeleid is wat haar betreft vooral belangrijk als check of evaluatief, maar ze ziet weinig in prognoses. De voorspellende werking ligt bij de werkgevers, de markt, niet bij de arbeidsmarktdeskundigen' (directeur Talent & Career Centre)

Bijlage 9: Behoeftes en wensen van deelnemers

Focusgroep 1:

- ✓ Discrepancie tussen landelijke en regionale cijfers wordt als storend ervaren (gezondheidszorg: werden allerlei ontwikkelingen in geschetst die volgens de directie van de betrokken bedrijven de komende tijd niet aan de orde zijn), en er is meer behoefte aan relevante bedrijfsgegevens in plaats van 'grote gegevens'. Kort gezegd: meer grip op wat er werkelijk gaande is (beleidsmedewerker gemeente)
- ✓ Behoefte aan informatie die ingaat op de midden-lange termijn, trend + uitkomsten ervan (prognoses, geen strategisch beleidsplan). Welke kant gaat het ongeveer op en wie draagt het? Daarbij: met de schets van ontwikkelingen en trends ook de mate van bestuurlijke acceptatie ten opzichte van deze trends/thema's in de regio. Het uitdrukken van commitment in cijfers. Tot slot, wat hebben werkgevers zelf voor zichtlijnen? Kijkt men bijvoorbeeld 3 maand of 4 jaar vooruit? (directeur SW-bedrijf)
- ✓ Geen behoeftes, de situatie is al ideaal (SER Gelderland)
- ✓ Macro gegevens op micro niveau uit de mond van de werkgever. De behoefte die hier achter zit is niet zozeer een gesprekspartner die van alles op de hoogte is, maar eerder iemand die op de hoogte is van wat er leeft in de regio. Het gaat hier dus uitdrukkelijk om de vertaalslag van landelijk naar regionaal (beleidsmedewerker gemeente)
- ✓ Op regionaal en lokaal niveau een betrouwbaar databestand. Maar ook op middenlange termijn: branchegericht (wat de vacaturecijfers op dit moment/nu zijn) + commitment dat de ingeslagen koers een aantal jaar duurt. UWV cijfers zijn niet volledig, je kunt er niet van op aan. Een groot deel van de vacatures is hier niet geregistreerd, maar zit bij de werkgevers (zelfstandig adviseur arbeidsmarkt)
- ✓ Zitten niet te wachten op de ideale situatie want dat zou niet goed zijn voor hun bedrijf (USG Restart)

Focusgroep 2:

- ✓ Inzetten op flexibiliteit. Er moet niet vanuit een specifieke kader beleid opgezet worden/prognoses, maar zorg dat arbeidsmarktinformatie op zichzelf beter functioneert door te kijken naar randvoorwaarden en condities (Regio Groningen/Assen)
- ✓ Intersectorale info is belangrijk, zodat je ook weet welke andere instellingen uit dezelfde poule van werkzoekenden aan het vissen zijn. Intersectorale info wordt dan ook gedefinieerd als over je eigen grenzen heen kijken, weten wat er in andere sectoren speelt naast je eigen sector (Directeur bedrijf Seaportxperience)
- ✓ Meer weten over functie en standplaats van mensen op microniveau of per regio weten welke functie/leeftijd en uitstroom in verband met het opstellen van prognoses (medewerker UWV)

Focusgroep 3:

- ✓ Wat gebeurt er allemaal in het onderwijsveld + wat is er werkelijk aan potentie op de arbeidsmarkt ingeschreven bij UWV en gemeente die bij hun aan de slag kunnen. Weten wie er op welke manier te interesseren is en op te leiden is richting de technische bedrijven die men heeft. Is met name gericht op individueel niveau (arbeidsmarktconsulent Metaalunie)

- ✓ Mensen weten heel veel info niet te vinden. Bijv. interne werkcoaches hebben soms geen kennis van zaken, bijna actief arbeidsmarktinformatie brengen om te laten weten dat het er is. Zodoende creëer je zelf ook weer vraag door mensen actief te benaderen (medewerker UWV)

Focusgroep 4:

- ✓ Veel behoefte aan sectorale als regionale info (NBBU)
- ✓ Informatie wordt het beste gebruikt wanneer het nodig is. Vuistdikke rapporten werken dus alleen als er info wordt geleverd waar behoefte aan is, dus wanneer er keuzes en beslissingen worden gemaakt. Daarom: goede databases maken: wat is de match in landbouw qua onderwijs, het is een coördinatie issue: basset aan data en interpretatie in de omgeving goed, dan kun je heel goed de relevante info halen en dan wordt die info ook opgenomen (beleidsmedewerker ministerie ELI)
- ✓ Je moet werken aan lightversie voor de ondernemers. Draait niet altijd om het begrijpen van het probleem, voor het MKB het in een iets groter perspectief plaatsen (USG People)

Bijlage 10: Verbeterpunten door deelnemers aangedragen

Door de deelnemers die hebben geparticipeerd aan het onderzoek naar gebruik van arbeidsmarktinformatie zijn verschillende verbeterpunten en suggesties aangedragen om arbeidsmarktinformatie beter af te stemmen op gebruikers. Hieronder een korte selectie:

- ✓ In verband met prognoses: de mate van bestuurlijke acceptatie aangeven of 'het uitdrukken van *commitment* in cijfers' (directeur SW-bedrijf)
- ✓ Wat hebben werkgevers zelf voor zichtlijnen? Kijkt men bijvoorbeeld 3 maand of 4 jaar vooruit? Ook te relateren aan: werkgevers meer betrekken in het duidingproces van arbeidsmarktinformatie vanuit de vraag: voor wie schrijven we rapporten? Als de behoefte van het bedrijfsleven beter in kaart kan worden gebracht, is het mogelijk gerichter arbeidsmarktinformatie te brengen en te schrijven. Zoals een deelnemer het verwoordt 'Samenwerking op de regionale arbeidsmarkt en van daaruit actief inspelen op toekomstige problemen op de arbeidsmarkt, waar specifiek ondernemers en sectoren als probleemeigenaren betrokken blijven'. Een tip die al eerder ter sprake is gekomen: schrijf rapporten in een lightversie op hoofdlijnen, want arbeidsmarktinformatie moet je 'doseren, en in brokjes toedienen'.
- ✓ Investeren in professionele kwaliteit. Meer overleg organiseren over specifieke rapporten om te komen tot duiding. Dit sluit ook bij de idee dat 'sommige info is er wel, maar je moet het organiseren/aanvullen' door bijvoorbeeld zelf extra onderzoek te doen in de vorm van steekproeven of enquêtes. Ook regionale initiatieven moeten gestimuleerd worden zoals het uitgeven van een 'regiometer' en het organiseren van kennisbijeenkomsten. Dit sluit ook bij de gedachte van 'actief arbeidsmarktinformatie brengen' geopperd door een UWV medewerker.
- ✓ Vertaalslag maken van landelijke data naar regionale informatie want op meso-niveau kan arbeidsmarktinformatie maar met mate worden geïmplementeerd. Denk bijvoorbeeld aan het volgende geluid: 'Het ontbreken van een landelijk dekkend systeem met functie en standplaats van werknemers. Dit is nodig om op regionaal niveau prognoses te kunnen maken over ontwikkelingen en vergrijzing binnen beroepen'.
- ✓ Versterk betrouwbaarheid van gegevens. Zorg voor onafhankelijke duiding. In de landelijke focusgroep werd door twee deelnemers cynisch gesproken over de betrouwbaarheid van sommige onderzoeken. Hier werd belangen gestuurd onderzoek aangehaald waar werd benadrukt dat heel goed gekeken moest worden naar wie wat beweert, bijvoorbeeld brancheorganisaties die zwaar weer over zich heen zien komen, dat zijn 'flinterdunne onderzoekjes'. Twee andere deelnemers kwamen hier tegen in verweer. De uitspraak dat er op 'regionaal en lokaal niveau een betrouwbaar databestand' dient te komen past ook onder deze vlag.
- ✓ Meer eenduidigheid: bronnen eenduidiger maken zodat vergelijken eenvoudiger wordt
- ✓ Bevorderen van transparantie: zorg ervoor dat data makkelijker te vinden zijn, bijvoorbeeld op 1 centraal (digitaal) punt. Zorg ervoor dat mensen kunnen werken met een bepaalde set aan basisinformatie. Eén deelnemer noemde in dit verband 'bevordering transparantie door steunen van arbeidsmarktonderzoek'
- ✓ Van werknemerskant alles goed in beeld brengen: wat kunnen mensen wel en niet? Arbeidsinzetbaarheid. Levert hele nieuwe vraag op: belastbaarheid en competentieniveau. Is niet vastgelegd in systeem, wel voor case-managers maar niet als arbeidsmarktinformatie. Het is er dus wel enigszins, maar je moet het organiseren en aanvullen.
- ✓ Bewustwording: tip organisaties dat een basale kennis van arbeidsmarktinformatie over het eigen bedrijf noodzakelijk is voordat je verdere informatie gaat raadplegen. Voor het

ontwikkelen van een goede arbeidsmarktstrategie om een knelpunt op te lossen is er een basisniveau van informatie nodig (Hier: personele situatie, opbouw leeftijd, + omgevingsfactoren). Onder het kopje 'bewustwording' past ook een aandachtspunt onder als: 'Fysieke en mentale mobiliteit. Maak medewerkers, organisaties krachtige om mee te veren met bewegingen in de markt'

Bijlage 11: Matrix probleemidentificatie

| PROBLEEM | A) Te kort aan informatie | B) Te veel info | C) Lappendeken | D) Duiding | E) Geen probleem | F) Overig |
|---------------------|---|---|--|---|---|--|
| <p>illustratie:</p> | <p>- 'Mis inzicht in de vraagzijde en de ontwikkelingen in de vraag'</p> <p>- 'Prognoses op regionaal en beroepsniveau op korte en middellange termijn ontbreken. De prognoses van ROA zijn voor sommige beleidsmakers over een te lange termijn opgesteld'</p> <p>- 'Sommige informatie ontbreekt, vooral informatie over vacatures, beroepen, regio's, het totale arbeidsaanbod en prognoses'</p> <p>- 'KvK doet ook zelf onderzoek als ze bepaalde info niet kunnen vinden'</p> <p>- 'Niet alles wordt geregistreerd wat geregistreerd moet worden, je moet weten wat mensen kunnen, voor de werkgevers is de vraag wat is de mogelijkheid van die man/vrouw, dus tekort' (Metaalunie)</p> | <p>- 'Er is (te) veel informatie beschikbaar, echter op mesoniveau kan het met mate worden geïmplementeerd en toegepast'</p> <p>- 'Er is te veel onderzoek voor handen en er is te veel dubbelmateriaal'</p> <p>- 'Er is sprake van overkill van ABMI, versnippering van het veld, daardoor neemt de kwaliteit af en er moet een verbetering van definiëring komen (regio Groningen Assen)</p> <p>- 'ABMI is containerbegrip, krijg je sowieso een lappendeken van info. Overkill van info' (RBO)</p> <p>- 'Er is sprake van een overdosis aan ABMI' (Zorgplein)</p> <p>- 'Er is al heel veel en het meeste weet ik goed te vinden. Maar dat is ook mijn (dagelijkse) werk'</p> | <p>- 'Jeugdwerkloosheid werd landelijk ingeschat op 9,6%, cijfers bleken niet in overeenstemming met regionale context. Op basis van verkeerde cijfers, werd verkeerd beleid gebaseerd</p> <p>- 'Gemeente Emmen: wet WIJ wilde gemeente fors in investeren, na 'opschoonactie' bleek het allemaal mee te vallen</p> <p>- 'Geen objectieve info over Wajong-groep te vinden</p> <p>- 'De invloed van commerciële belangen, voor sommige info moet betaald worden (USG)</p> <p>- 'Goede informatie begint bij registratie, maar daar heeft het MKB niet altijd veel zin in' (Radar Advies)</p> <p>- 'Over het algemeen zijn er voldoende cijfers enz. materiaal voorradig. Het "vinden" van data is wat lastig en het vinden van nieuw materiaal is nog lastiger'.</p> | <p>- 'Goede (onafhankelijke)duiding van beschikbare data, zodat (beleidsmatige/politieke) keuzes onderbouwd kunnen worden ontbreekt' (Radar Advies).</p> <p>- 'De meer kwalitatieve informatie haal je niet uit de cijfers, maar uit andere zaken (netwerken). De vraag is dan wat weegt zwaarder: info moet wel gestaafd worden aan harde cijfers in the end' (Directeur Delfzijl)</p> <p>- 'Belang van info is groot, maar waarde wordt bepaald door betrouwbaarheid en bruikbaarheid'</p> <p>- 'Het 'aggregatie-niveau' is belangrijk: gebruikers hebben info nodig die aansluit op hun/een specifieke lokale situatie (bijvoorbeeld een consulent)'(beleidsmedewerker gemeente)</p> | <p>- 'Geen probleem: alles wat er is, is beschikbaar en anders doet men zelf onderzoek. ABMI wordt o.a. gebruikt om mensen <i>bewust</i> te maken van ontwikkelingen op de arbeidsmarkt om hier op tijd op in te spelen</p> <p>- 'Voldoende info, ik red me er wel mee' (Noorderpoortcollege)</p> <p>- 'Over het algemeen voldoet de informatie die via de diverse bronnen beschikbaar is'</p> <p>- 'De partijen die info nodig hebben die komen wel. Ander perspectief: info slijten aan klanten is volgens hem niet hoe het zou moeten gaan (m.a.w. Er is dus geen probleem als mensen niet aankloppen)' (directeur Lisa)</p> | <p>- 'Info verdwijnt naar de achtergrond vanwege politieke druk: 'er wordt wel netjes gebruik gemaakt van ABMI, dus het is wel van waarde, maar er hoeft maar één probleem tussenbeide te komen en de informatie verdwijnt naar de achtergrond'(directeur SW bedrijf)</p> <p>- 'hoe meer de burger weet, hoe beter problemen kunnen worden opgelost. Dus men wil aansluiten op de trend van burgerparticipatie, waar ook ABMI een belangrijke rol in kan spelen (beleidsmedewerker gemeente)</p> |

| PROBLEEM | A) Te kort aan informatie | B) Te veel info | C) Lappendeken | D) Duiding | E) Geen probleem | F) Overig |
|--------------|---------------------------|---|--|---|------------------|--|
| Illustratie: | | <p>'Werkloosheidscijfers van het UWV zijn betrouwbaarder en duidelijker. Iedereen heeft zijn eigen voorkeur, deze voorkeur hangt ook samen met de standaard waarmee je werkt. Als je wilt vergelijken zul je dezelfde bronnen moeten gebruiken'</p> <p>'Er is (te) veel informatie beschikbaar, echter op mesoniveau kan het met mate worden geïmplementeerd en toegepast'</p> <p>'Mensen worden overdonderd met gegevens, maar niet met informatie (duiding/interpretatie)'</p> <p>'Als je een plan moet maken voor een bepaalde doelgroep: info uit 1 bron geeft een duiding een half jaar later totaal ander beeld: ga ik de jongen in kwestie dan naar de horeca of metaal sturen?' (Gemeente den Haag)</p> | <p>- Eenduidigheid. Concrete afspraken over terminologie, uitgangspunten, gebruik van cijfers, afstemming over regio's (provinciegrenzen)</p> <p>-'info is lang niet altijd specifiek genoeg en je hebt er dus niet altijd wat aan. Bijvoorbeeld als er veel vraag is binnen de zorg naar verpleegkundigen, is dit dan in de noordelijke regio of meer richting het oosten van de provincie?'</p> <p>-'Informatie is te weinig op elkaar afgestemd'</p> <p>-'Er is veel globale informatie voorhanden'</p> <p>- 'Heb niet het idee informatie te missen maar zou altijd kunnen verbeteren'</p> <p>-'de methodiek is multi-interpretabel (steggelen over de definitie/methodiek en dus is het lastig met elkaar te vergelijken' (Zorgplein)</p> | <p>- Kenniseconomie is een lastig punt: dat gaat door alle sectoren heen. 'Food Valley', heeft bijv. een internationale naam, maar er is geen jongere enthousiast gemaakt voor de sector. Hele brede focus die over de sector heen gaat. Het sectorale loslaten, maar wel kunnen inspelen op de middertermijn. 'Food Valley' representeert nieuwe categorie die boven het sectorale denken uitstijgt (SER Gelderland)</p> <p>- 'Ik ben bekend met de beperkingen van het materiaal en weet daar mee om te gaan, ik ken mijn eigen regio goed en kan meestal afwijkingen in de cijfers opmerken en verklaren'</p> <p>-'zonder cijfers is een beleidsevaluatie lastig, maar het is wel mogelijk als het om uitvoering gaat waar je je meer kan baseren op kwalitatieve gegevens' (gemeente Groningen)</p> | X | <p>'Er is veel te vinden, maar allerlei onderzoeken met veel tekst en weinig concrete daden'</p> <p>'De arbeidsmarkt lijkt steeds complexer te worden door globalisering, opkomst nieuwe media, internationalisering, etc. Traditionele vragen zijn straks misschien niet meer relevant of in ieder geval achterhaald. Dit vraagt misschien andere vormen van ABMI' (Directeur bedrijf)</p> <p>'De vraag naar ABMI vertoont ook haar eigen conjunctuur, nu meer vragen die met knelpunten te maken hebben. De gebruikers veroorzaken zelf ook vraag naar informatiebronnen' (Saxion)</p> |

| PROBLEEM | A) Te kort aan informatie | B) Te veel info | C) Lappendeken | D) Duiding | E) Geen probleem | F) Overig |
|--------------|---------------------------|--|--|---|------------------|---|
| Illustratie: | X | <p>-Hoe meer je info verschaft aan HRM managers en P&O, hoe minder het aankomt, men doet er vaak niets mee, want men is al overladen door info. Er is een overdaad aan info. Dosereren, brokjes, daar gaat het om'</p> | <p>-'Studies worden niet aan de man gebracht, de kwalitatieve aanvullende studies zijn moeilijker toegankelijk of lastiger te vinden dan statistiek of harde gegevens' (Saxion)</p> <p>-Eerst heeft ze veel gebruik gemaakt van de ROA, nu gebruikt ze het echter veel minder want er zijn volgens haar veel minder goed voorspellingen te maken dan een tijd geleden, er zijn te veel prognoses die niet kloppen' (Talent & Career Centre)</p> <p>-Belastbaarheid en competentieniveau is niet vastgelegd in systeem, wel voor case-managers maar niet als ABMI. Het is er dus wel enigszins, maar je moet het organiseren en aanvullen. Kansen en mogelijkheden voor laagopgeleiden is wel info over, maar nog specifiekier kijken in sectorale aanpak</p> | <p>- 'Als het gaat om de vraag welke info je nodig hebt gaat het om maatwerk: hoe is de vraag hoe is het aanbod? Probleem is dat de informatie lang niet altijd aan de vraag beantwoord, je hebt vaak een verdieping nodig (bijv enquetes, steekproeven)' (Noorderlink)</p> <p>-'Ik mis wel eenduidigheid in de informatie, sommige informatie is lastig te vinden of te duiden'</p> <p>-'Mensen worden overdonderd met gegevens, maar niet met informatie (duiding/interpretatie)'</p> <p>'Arbeidsmarktinformatie is een middel tot profilering van instituties: 'rondpompen' van cijfers is een vorm van spijlucht. Professionals horen de weg te weten in de bronnen</p> | X | <p>-'Het op een praktische wijze toegankelijk en bruikbaar maken van arbeidsmarktinformatie voor verschillende arbeidsmarktpartijen. Dit willen wij als leverancier, maar ook als afnemer, van arbeidsmarktinformatie graag bereiken' (UWV)</p> <p>-'Markt is meer dan cijfers, de signalen zie je niet terug in de statistiek. Ondernemers, KvK, wat voor kansen zien zij? Zij zijn niet gebonden aan cijfers, willen groeien, en juist daar moet je op in kunnen spelen' (UWV)</p> <p>-Een veelgehoord geluid over ABMI is: 'cijfers kloppen niet, komen toch niet uit'</p> |

| PROBLEEM | A) Te kort aan informatie | B) Te veel info | C) Lappendeken | D) Duiding | E) Geen probleem | F) Overig |
|--------------|---------------------------|-----------------|---|---|------------------|-----------|
| Illustratie: | X | X | <p>- 'Samenhang, ordening en duiding wordt gemist, het zijn veelal losse flodders wat ABMI betreft' (Werkpro)</p> <p>- 'Openbare data zijn vaak onvoldoende gedetailleerd voor gebruik in uitvoeringssituaties'</p> | <p>- 'Organisaties hebben vaak zelf beperkte info over bijv. ziekteverzuim, leeftijdsopbouw, etc. Allemaal dingen die je je moet afvragen voordat je ABMI gaat raadplegen. (RegioPlus)</p> <p>- 'Mensen weten heel veel info niet te vinden, ze hebben soms geen kennis van zaken, bijna actief ABMI brengen om te laten weten dat het er is. Zo creëer je zelf ook weer vraag door mensen actief te benaderen'</p> <p>- 'ABMI sec wordt alleen relevant als je weet in welke context het zich afspeelt'</p> <p>- 'Niet te kampen met kwantitatieve problemen, maar er zijn meer kwalitatieve gegevens nodig, dus diepere beschouwing'</p> <p>- 'ABMI is vaak moeilijk als je alleen met cijfertjes komt waar mensen weinig</p> | X | X |

| | | | | mee kunnen' (UWV) | | |
|---|---|--|---|--|------------------|--|
| PROBLEEM | A) Te kort aan informatie | B) Te veel info | C) Lappendeken | D) Duiding | E) Geen probleem | F) Overig |
| <i>Niveau</i> | -Nadruk op meso- en microniveau | -Verschillende niveaus, maar nadruk op landelijk | -Verschillende niveaus, nadruk op Landelijk vs. Regionaal; en Landelijk v.s. Landelijk | -Diverse niveaus, vooral landelijke databases | -Landelijk | -Divers |
| <i>Wat voor bronnen gaat het om (Hard/Zacht?)</i> | -Vooral info op regionaal niveau + prognoses op middellange termijn | -Vooral landelijke, statistische bronnen | -Landelijke cijfers over de jeugdwerkloosheid (UWV) -regionale cijfers over de Wajong populatie -Onderkant arbeidsmarkt | -Vooral hard, want die zijn moeilijker te duiden, is expertise voor nodig om het toegankelijk te maken en houden | -Harde bronnen | -Zachte bronnen, duiden van een cultuuromslag op het gebied van werk |

Bijlage 12: Literatuurlijst

CAB

- Brijman, Focus Groups, in: *Social research methods*, 2nd ed., Oxford 2004, pp.345-362
- De Caluwé, L. en Vermaak, H. *Leren veranderen. Een handboek voor de veranderkundige*, Deventer 2006
- Koning, J. de, Vorm boven inhoud: het actief arbeidsmarktbeleid in de afgelopen dertig jaar, in: *Tijdschrift voor Arbeidsmarktvraagstukken* (26/4) 2010, pp.380-396
- Edzes, A., Broersma, L., en Van Dijk, J., *Arbeidsmarktstrategieën van gemeenten*, Nicis Institute, Groningen 2009
- Greenbaum, T., *10 tips for running successful focusgroups*, 1998 (Groups Plus website)
- Kitzinger, The methodology of focus groups: the importance of interaction between research and participants, in: *Sociology of Health and Illness*, vol 16, 1 1994, pp.103-121
- Morgan, G., *Images of organization*, New York 1986
- Vrooman, J., *Rules of Relief. Institutions of social security and their impact*, SCPB 2009

Rapporten:

- *De Nederlandse arbeidsmarkt 2011-2015. Paradoxe ontwikkelingen in een krappe arbeidsmarkt*, Rapport YER en Intelligence Group, 2011
- *Arbeidsmarktontwikkelingen in de metalektro in de Stedendriehoek. Analyse en projectvoorstel*, Blaauwberg 2010
- KplusV, *Conceptrapport Inspelen op de Wet werken naar vermogen*, Arnhem 2011
- *Informatievoorziening door het regionale platform arbeidsmarktbeleid. Advies over de informatiemethodiek voor een transparante regionale arbeidsmarkt*, rapport CAB 2002

Gebruikte studies (hoofdstuk 2, RvB)

- Blauwberg (2010) 'Arbeidsmarktontwikkelingen in de metalektro in de stedendriehoek: analyse- en projectvoorstel'
- Consult (2010) 'Onderzoeksprogramma Arbeidsmarkt Zorg en WJK 2010.'
- Consult (2010) 'Visie onderzoeksprogramma Arbeidsmarkt Zorg en WJK'
- Grip, A. de en Heijke, J.A.M. (1994) 'De aansluiting onderwijs-arbeidsmarkt: regionale arbeidsmarktinformatie'
- Monitorgroep AKO (2011) 'Arbeidsmarktinformatie: 'Handreiking''
- Research voor beleid (2003) 'De informatievoorziening van de afdeling arbeidsmarktkennis'
- Research voor beleid (2006) 'Gebruikers- en behoefte-onderzoek Nota werken in het onderwijs'
- Research voor beleid (2008) 'Versterking regionale arbeidsmarktinformatie: een inventarisatie van bronnen en enige mogelijke scenario's'
- Research voor beleid (2010) 'Arbeidsmarktinformatiebronnen. State of the art: beschikbaarheid en ervaringen van gebruikers. Onderzoeksvorstel.'

Interviewverslagen

- Interviewverslagen voor: Research voor beleid (2006) 'Gebruikers- en behoefte-onderzoek Nota werken in het onderwijs'
- Interviewverslagen voor: Research voor beleid (2008) 'Ontwikkeling arbeidsmarktmonitor onderkant Amersfoort'
- Interviewverslagen voor: Research voor beleid (2008) 'Versterking regionale arbeidsmarktinformatie: een inventarisatie van bronnen en enige mogelijke scenario's'



CAB *fundeert* beleid

CAB
Martinikerkhof 30, 9712 JH Groningen
T (050) 311 51 13
E cab@cabgroningen.nl
I www.cabgroningen.nl
KvK 02060926
BTW NL806242139