

0314 682 888

info@rijnlandadvies.nl

Postbus 35

7030 AA Wehl

www.rijnlandadvies.nl

Motieven en meerwaarde van opleiden onder leerbedrijven
Rapport voor COLO

14 november 2011
Kees Hagens
Hilde Kraaijvanger

Inhoudsopgave

Samenvatting	1
1. Inleiding	3
1.1 Doel van het onderzoek	3
1.2 Onderzoeksmethode en respons	3
1.3 Dit rapport	4
2. Profiel van de bedrijven	5
2.1 Aangesloten bij Kenniscentrum	5
2.2 Aantal medewerkers	5
2.3 Soort leerlingen	6
3. Motieven leerbedrijven	7
3.1 Redenen om leerbedrijf te zijn	7
3.2 Voordelen van leerbedrijf zijn	9
4. Stagebeleid	11
4.1 Omgaan met leerlingen	11
4.2 Manieren om leerlingen te vinden	13
5. Effecten kwalificatie leerbedrijf	14
5.1 Effecten van leerbedrijf zijn	14
5.2 Opmerkingen	16
Bijlagen	17

Samenvatting

In het onderzoek is informatie verzameld onder erkende leerbedrijven die door hun Kenniscentrum zijn genomineerd voor de verkiezing Leerbedrijf van het Jaar in 2008, 2009 of 2010. Het gaat dus om een groep bedrijven die bewust bezig is met het opleiden van leerlingen en de organisatie hier veelal op ingericht heeft.

44% van de 215 ondervraagde bedrijven heeft zowel BOL- als BBL-leerlingen in het bedrijf. 32% heeft vooral BBL-ers en 19% vooral leerlingen uit de BOL-leerroute. 4% heeft (ook nog) andere leerlingen.

Reden om leerbedrijf te zijn.

- Voor 90% van de bedrijven is de betrokkenheid met de branche een belangrijke reden om leerbedrijf te zijn.
- Voor 81% van de bedrijven is de zorg voor een hoge kwaliteitsstandaard in het bedrijf een belangrijke reden.
- Voor 78% van de bedrijven is het om jongeren een kans te geven.
- Voor 75% van de bedrijven is de zorg voor balans in het eigen personeelsbestand een belangrijke reden om leerlingen op te leiden.
- 46% vindt de reden dat men nieuwe mensen nodig heeft belangrijk.

Daarnaast vinden bedrijven het een maatschappelijke verantwoordelijkheid om op te leiden, draagt het bij aan de continuïteit van het bedrijf, is het goed voor de naamsbekendheid, kan men op die manier invloed uitoefenen op het onderwijs en wordt opleiden ook gewoon leuk gevonden.

Voordelen van leerbedrijf zijn

- Volgens 86% zorgen jonge mensen voor een open dynamische sfeer in het bedrijf; 60% merkt dat in het eigen bedrijf.
- Volgens 67% is het gunstig voor de bedrijfsvoering; 41% merkt dat ook in het bedrijf.
- Volgens 61% zorgen stagiaires voor actuele vakkennis in het bedrijf; 36% merkt dat ook in het bedrijf.

Andere voordelen die genoemd zijn:

- bekendheid in de regio en naamsbekendheid;
- betrokkenheid bij en inzicht in het onderwijs;
- verhoging van de betrokkenheid van het eigen personeel;
- men blijft er zelf jong, actueel en scherp bij.

De argumenten om andere bedrijven die nog geen leerlingen hebben te overtuigen dat men leerbedrijf moet worden, zijn onder te verdelen in categorieën.

- Kennis overbrengen/behoud van vakkennis;
- Goed voor de toekomst van het vak en de branche;
- Draagt bij aan de continuïteit in het bedrijf;
- (Goedkope) manier om aan (geschikt) personeel te komen;
- Frisse blik op het bedrijf; je blijft up-to-date als bedrijf;
- Bieden van kansen aan jongeren;
- Maatschappelijke verantwoordelijkheid;
- Belangrijk voor (het niveau van) het onderwijs;
- Het is leuk om te doen;
- Biedt doorgroeimogelijkheden voor vaste medewerkers.

Stagebeleid

- 54% van de bedrijven stelt jaarlijks een vast aantal stageplaatsen ter beschikking.
- Bij 9% van de bedrijven is het aantal stageplaatsen afhankelijk van het bedrijfsresultaat.
- Bij 8% van de bedrijven is de bedrijfsvoering ingericht op het werken met goedkope arbeidskrachten.
- Bij 60% van de bedrijven kan een geschikte stagiair altijd bij hen terecht;
- 53% van de bedrijven gebuikt de stageperiode bewust als proeftijd; 29% doet dit enigszins.

Bedrijven maken het voor potentiële leerlingen interessant om voor het bedrijf te kiezen, door:

- het bieden van goede begeleiding;
- een breed aanbod aan taken en mogelijkheden;
- het volwaardig mee laten draaien in het bedrijf;
- het bieden van deskundigheidsbevordering;
- het vergoeden van kosten of het bieden van een stagevergoeding of salaris;
- de sfeer en een sociaal arbeidsklimaat.

Naast de directe instructie aan leerlingen gebruikt 62% van de bedrijven nog andere middelen om kennis over te dragen, zoals trainingen en cursussen, E-learning, coaches, een bedrijfshandboek en mee gaan naar overleggen of op werkbezoek.

Vinden van leerlingen

- 96% van de bedrijven vindt samenwerken met de school een belangrijke voorwaarde om goede leerlingen in het bedrijf te plaatsen.
- 89% van de bedrijven vindt een goede wervings- en selectieprocedure (enigszins) belangrijk.
- 76% van de bedrijven vindt aantrekkelijke arbeidsvoorwaarden (enigszins) belangrijk.
- 60% van de bedrijven vindt het organiseren van kennismakingsdagen (enigszins) belangrijk.

Veel ondervraagde bedrijven hoeven niets extra's te ondernemen om aan leerlingen te komen. Andere bedrijven die extra inzet plegen, noemen het plaatsen van advertenties, het bezoeken van open dag van scholen en beurzen, het verzorgen van gastlessen, contacten met vmbo-scholen of het meedoen aan specifieke projecten.

Effecten van leerbedrijf zijn

- 74% van de bedrijven zegt dat de buitenwereld hen ziet als een bedrijf dat aan maatschappelijk verantwoord ondernemen doet.
- 60% heeft iets gemerkt van verbetering van het imago.
- 24% zegt dat leerbedrijf zijn nieuwe klanten heeft opgeleverd.

Andere onverwachte effecten die leerbedrijven ondervinden, zijn:

- toename van aanvragen voor stages;
- dat de nominatie voor de prijs Leerbedrijf van het Jaar veel media-aandacht opleverde;
- een betere samenwerking met scholen;
- erkenning voor de inzet van medewerkers.

1. Inleiding

1.1 Doel van het onderzoek

Ten behoeve van de prijsuitreiking van de wedstrijd "Beste Leerbedrijf van Nederland" (maart 2012), heeft Colo een onderzoek laten uitvoeren onder bedrijven die in de afgelopen jaren door de Kenniscentra zijn genomineerd als beste leerbedrijf.

Doel van het onderzoek is om een beeld te krijgen van de motieven van leerbedrijven en de meerwaarde van het opleiden van leerlingen voor het bedrijf.

1.2 Onderzoeksmethode en respons

Colo leverde een adresbestand aan van 274 genomineerde bedrijven voor de verkiezing Leerbedrijf van het Jaar in 2008, 2009 en 2010 van de verschillende Kenniscentra. Rijnland Advies heeft de adressen geschikt gemaakt voor gebruik bij een telefonische enquête. Colo heeft een conceptvragenlijst gemaakt en Rijnland Advies heeft deze in overleg met Colo aangepast tot een definitieve vragenlijst.

Colo heeft de bedrijven een brief gestuurd waarin het onderzoek wordt aangekondigd en waarin de medewerking van de bedrijven werd gevraagd. Vervolgens heeft Rijnland Advies de bedrijven telefonisch benaderd. Er is gevraagd naar de medewerker die het opleidingsbeleid bepaalt. De functies van de ondervraagden staan in bijlage 1.

Respons

In totaal zijn 271 bedrijven ondervraagd. Twee bedrijven in het adresbestand stonden dubbel vermeld en één bedrijf bestond niet meer. Van de 271 bedrijven is bij 215 bedrijven een volledige vragenlijst afgenomen. 56 bedrijven wilden of konden niet meewerken. De redenen staan in het schema hieronder.

Reden niet invullen van de vragenlijst	Aantal
Contactpersoon niet bereikbaar na diverse pogingen	16
Weigering	13
Contactpersoon met vakantie	7
Geen tijd (brand gehad/opening nieuwe winkel/te druk)	7
Wil wel meewerken, maar wil zelf contact opnemen. Is niet gebeurd.	3
Bedrijf failliet/beëindigd	2
Te lang geleden	2
Contactpersoon heeft ongeluk gehad	1
Contactpersoon heeft net een Colo-enquête ingevuld	1
Contactpersoon verwijst naar hoofdkantoor	1
Contactpersoon werkt er pas en kan niets zinnigs zeggen	1
Contactpersoon wil alleen schriftelijk reageren	1
Bedrijf heeft al sinds 2005 geen leerlingen meer opgeleid	1
Totaal	56

Statistische betrouwbaarheid van de resultaten

Deze respons biedt op het niveau van de totale groep van bedrijven een maximale onnauwkeurigheidsmarge van 3,1%. Dit geldt in de sociale wetenschappen als een hoge statistische betrouwbaarheid.

1.3 Dit rapport

Het rapport opent met een korte samenvatting. Hoofdstuk 2 geeft het profiel van de ondervraagde bedrijven. In hoofdstuk 3 worden de motieven om leerbedrijf te zijn uiteen gezet en ook de mogelijke voordelen. Hoofdstuk 4 gaat in op het beleid van bedrijven ten aanzien van stagiaires en de manieren om leerlingen te vinden. In hoofdstuk 5 worden de effecten van de kwalificatie leerbedrijf omschreven. In de bijlagen staan de antwoorden uit de open vragen integraal weergegeven. De resultaten van de open vragen zijn in de betreffende hoofdstukken samengevat weergegeven.

2. Profiel van de bedrijven

2.1 Aangesloten bij Kenniscentrum

Van de ondervraagde bedrijven is 24% in 2008 genomineerd voor het beste leerbedrijf door een van de Kenniscentra, 39% had de nominatie in 2009 en 37% in 2010.

De bedrijven zijn door de 17 Kenniscentra genomineerd. In het schema hieronder staat de onderverdeling naar Kenniscentrum.

Kenniscentrum	Ondervraagde bedrijven	Totaal aantal bedrijven
Aequor	35	46
Ecabo	19	28
Savantis	22	25
Innovam	23	25
Kenteq	16	20
SVGB	14	18
KCH	13	17
Kenwerk	11	15
Calibris	12	14
VTL	13	14
PMLF	11	12
SHM	6	11
SVO	8	10
KOC	5	6
Fundeon	4	6
GOC	2	3
VOC	1	1
Totaal	215	271

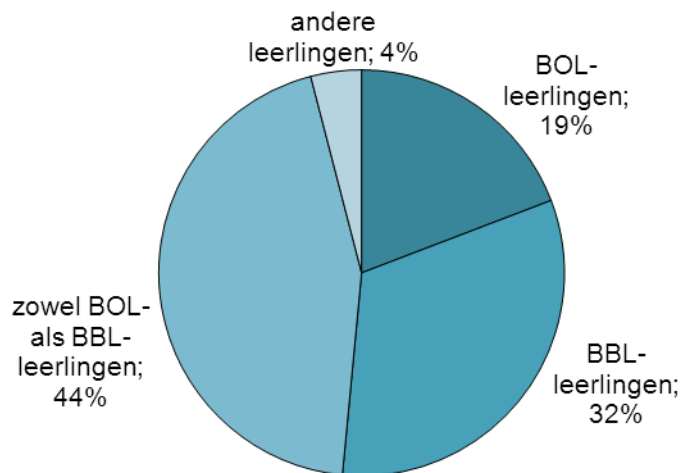
2.2 Aantal medewerkers

Een derde (34%) van de ondervraagde bedrijven heeft meer dan 100 medewerkers in dienst en eveneens een derde (33%) heeft 11 tot en met 50 medewerkers. 22% van de contactpersonen werkt bij een klein bedrijf met 10 medewerkers of minder.

Aantal medewerkers	
0 tot en met 10	22%
11 tot en met 50	33%
51 tot en met 100	11%
Meer dan 100	34%
Totaal	100% n=215

2.3 Soort leerlingen

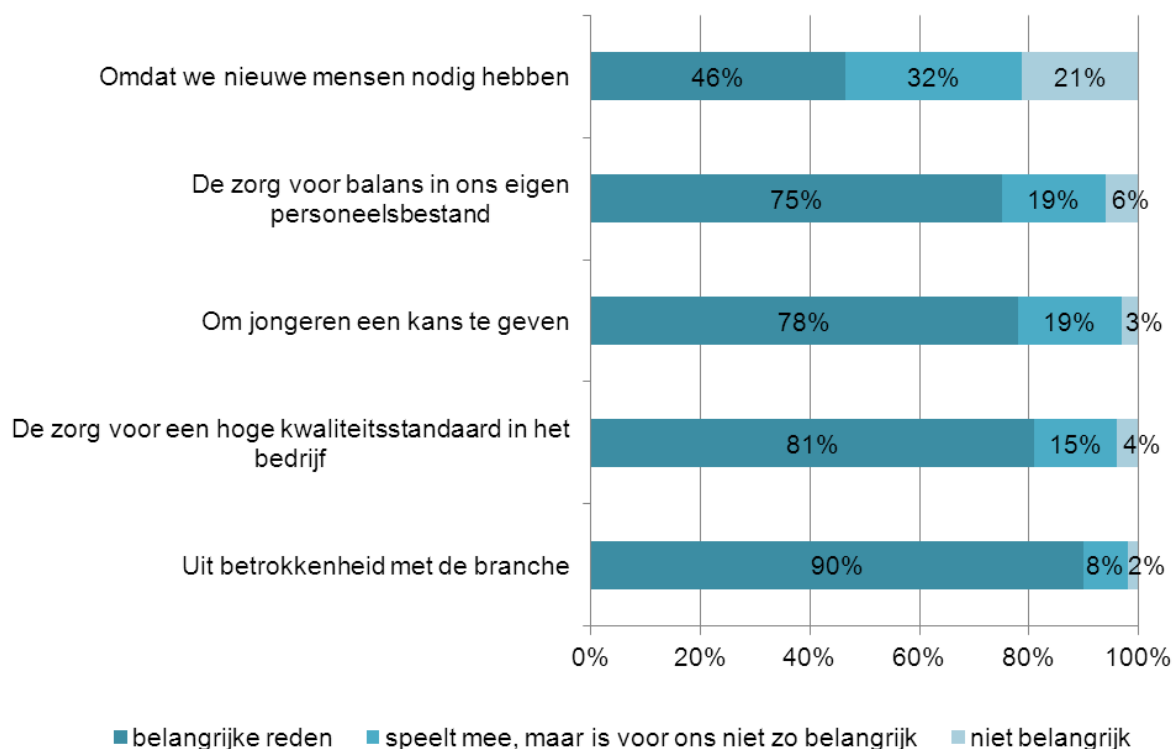
44% van de ondervraagde bedrijven heeft zowel BOL- als BBL-leerlingen in het bedrijf. Een derde heeft vooral BBL-ers in dienst en 19% voornamelijk BOL-leerlingen. 4% van de bedrijven heeft (ook nog) andere leerlingen in het bedrijf, zoals mensen die elders die buiten de boot vallen, moeilijk bemiddelbare groepen, stagiaires vanuit een vakschool en HBO-ers.



3. Motieven leerbedrijf

3.1 Redenen om leerbedrijf te zijn

Voor 90% van de bedrijven is de betrokkenheid met de branche een belangrijke reden om leerbedrijf te zijn. Bedrijven willen de in- en doorstroom van goede vakmensen bevorderen voor de eigen branche. 81% van de bedrijven wil door op te leiden een hoge kwaliteitsstandaard in het bedrijf bereiken en waarborgen. 78% van de bedrijven wil jongeren een kans geven en voor driekwart van de bedrijven speelt de balans in het eigen personeelsbestand ook een belangrijke rol. Door leerlingen op te leiden bewerkstelligt men een evenwichtige samenstelling in het eigen personeelsbestand qua leeftijd en kennis. De reden dat men nieuwe mensen nodig heeft, wordt door minder dan de helft (46%) als belangrijk gevonden.



De zorg voor balans in het eigen personeelsbestand wordt belangrijker gevonden door grote bedrijven. Bij de bedrijven met 10 medewerkers of minder vindt 63% dit een belangrijke reden, terwijl dit voor 81% van de bedrijven met meer dan 100 medewerkers geldt. De verschillen zijn significant.

Om jongeren een kans te geven is voor bedrijven die zowel BOL- als BBL-leerlingen in het bedrijf hebben vaker een belangrijke reden: 83% tegenover een gemiddelde van 78%.

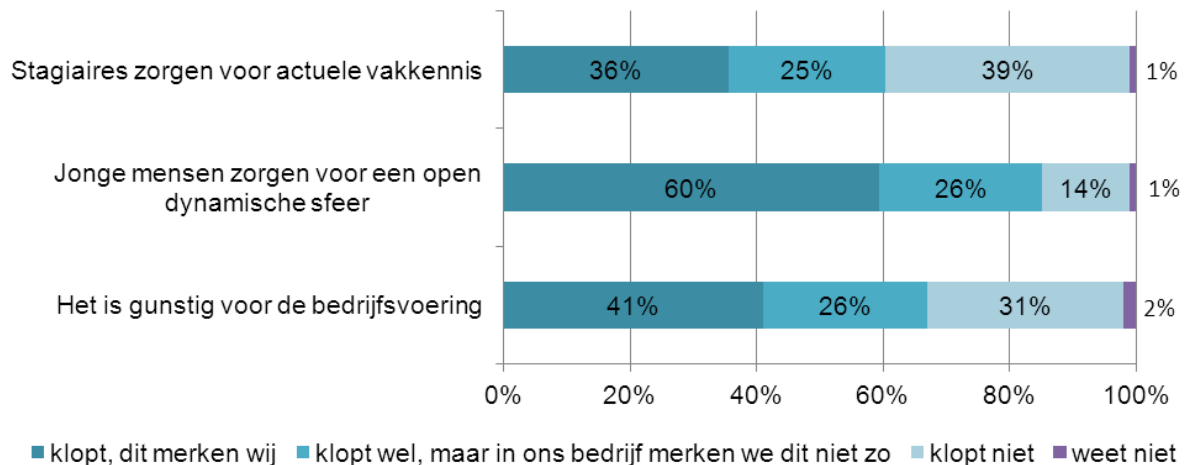
Dat men nieuwe mensen nodig heeft, speelt voor bedrijven met vooral BOL-leerlingen een minder grote rol. 37% van deze bedrijven zegt dat het voor hen niet belangrijk is, tegenover een gemiddelde van 21%. De verschillen zijn significant.

Tweederde van de bedrijven noemde ook nog andere belangrijke redenen om leerbedrijf te zijn. Deze staan in het overzicht.

Andere belangrijke redenen om leerbedrijf te zijn	Aantal keer genoemd
Verantwoordelijkheid nemen/maatschappelijk belang/verplichting	25
Continuïteit van de organisatie/inspelen op het tekort in de toekomst aan arbeidskrachten/vergrijzing tegengaan	21
Naamsbekendheid vergroten/profilering op de arbeidsmarkt	17
Contact met opleidingsinstituten/betrokkenheid bij onderwijs/invloed uitoefenen op het onderwijsprogramma	16
Opleiden is leuk/het is gezellig	15
Kennis overdragen/uit passie voor het vak	12
Goed voor het zittend personeel/stimulans voor eigen personeel	11
De jeugd heeft de toekomst	11
Als bedrijf scherp en alert blijven/wij leren van jongeren/frisse wind	8
Promoten beroepsbeeld/imagoverbetering branche	8
Door mensen zelf op te leiden, passen ze beter in het bedrijf/dat ze mijn dingen leren en niet die van een ander/de wezenlijke dingen moet men in het bedrijf leren/binding met het bedrijf	5
Extra mankracht bij activiteiten	2
Talenten ontdekken	2
Deelnemen aan vakwedstrijden	1

3.2 Voordelen van leerbedrijf zijn

Een voordeel van het feit dat het bedrijf leerbedrijf is, is volgens 86% dat jonge mensen voor een open dynamische sfeer zorgen. 41% van de bedrijven vindt dat het hebben van leerlingen gunstig is voor de bedrijfsvoering, omdat jonge mensen nog niet zo duur zijn. Ruim een derde (36%) zegt dat stagiaires zorgen voor actuele vakkennis en nieuwe technieken uit school meenemen. Dat vraagt om het bijhouden van kennis door de opleiders. Volgens 39% is dat niet het geval.



In het onderzoek is gevraagd naar voorbeelden van de open dynamische sfeer waar jongeren voor zorgen. Een compleet overzicht van de antwoorden staat in bijlage 2. Samengevat zijn de meest gegeven antwoorden de volgende.

- Volgens veel contactpersonen zijn jongeren onbevangen en kijken met een frisse blik naar het bedrijf. Jongeren hebben frisse ideeën en zijn sfeerbepalend door eigen taal, kleding, kijk op de wereld en hun energie.
- Jongeren motiveren oudere werknemers.

De voorbeelden van actuele vakkennis door stagiaires staan in bijlage 3. Genoemd worden onder andere de volgende voorbeelden.

- Het gebruik van social media en de computer.
- Specifieke nieuwe kennis.
- Soms zijn procedures binnen bedrijven aangepast naar aanleiding van nieuwe inzichten, technieken of ontwikkelingen die stagiaires in huis hebben gebracht.

60% van de contactpersonen noemt nog andere voordelen van het feit dat het bedrijf leerbedrijf is.

De meest genoemde voordelen staan hieronder.

- Bekendheid in de regio/binding met de omgeving.
- Invloed op het onderwijs/betrokkenheid bij en inzicht in scholing.
- Betrokkenheid van eigen personeel verhogen/het bedrijf ontwikkelt zichzelf.
- Extra mankracht, dus meer activiteiten of klussen.
- Ons merk is nu ook populair bij jongeren.
- Goed voor het imago/naamsbekendheid/uitstraling.
- Je blijft er zelf jong, actueel en scherp bij.
- Je kunt de leerling naar je eigen hand zetten en 'knedem'.
- Bewustwording van de eigen bedrijfsorganisatie.
- Meedoen aan wedstrijden.
- Het geeft voldoening; het is leuk.
- Subsidie.
- Contact met collega-bedrijven en meedoen aan bijeenkomsten van het Kenniscentrum.

De argumenten die bedrijven gebruiken om andere bedrijven die nog geen leerlingen hebben te overtuigen dat men leerbedrijf moet worden, zijn te lezen in bijlage 4.

De argumenten zijn onder te verdelen in de volgende categorieën.

- Kennis overbrengen/behoud van vakkennis.
- Goed voor de toekomst van het vak en de branche.
- Draagt bij aan de continuïteit in het bedrijf.
- (Goedkope) manier om aan (geschikt) personeel te komen.
- Frisse blik op het bedrijf; je blijft up-to-date als bedrijf.
- Bieden van kansen aan jongeren.
- Maatschappelijke verantwoordelijkheid.
- Belangrijk voor (het niveau van) het onderwijs.
- Het is leuk om te doen.
- Biedt doorgroeimogelijkheden voor vaste medewerkers.

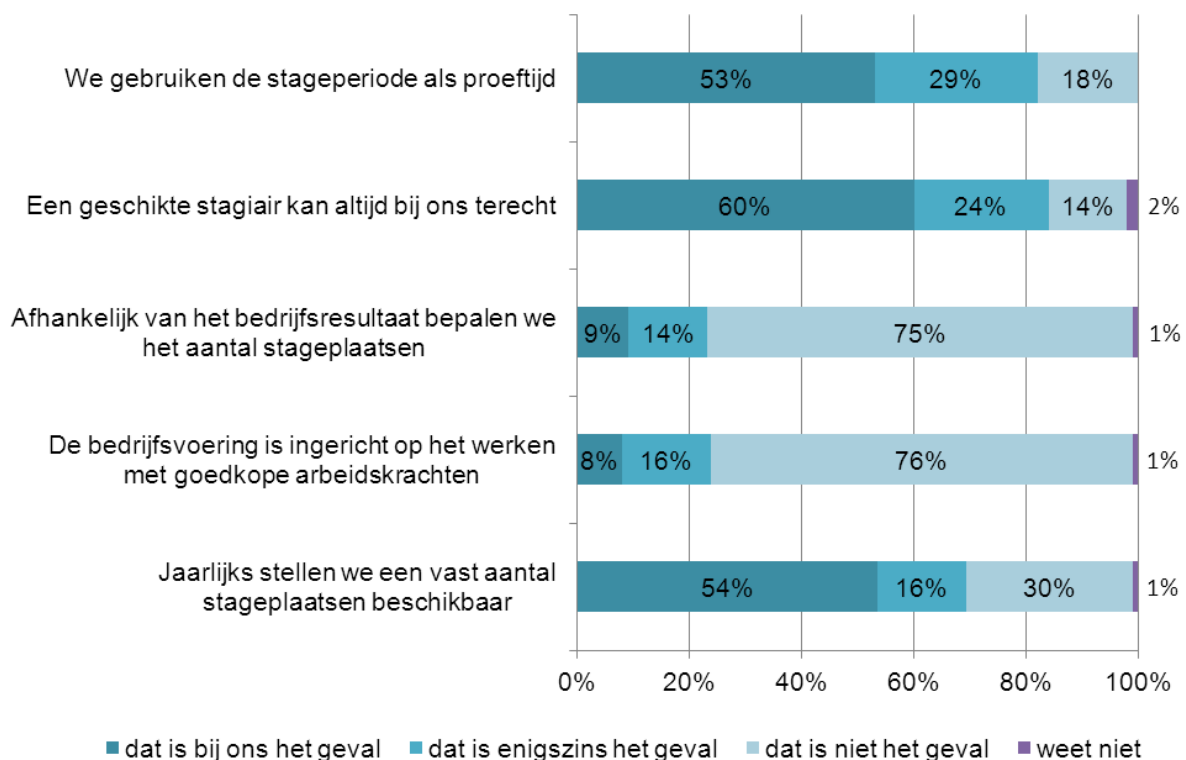
4. Stagebeleid

4.1 Omgaan met leerlingen

Aan de contactpersonen van de bedrijven is gevraagd hoe men omgaat met leerlingen. 54% van de bedrijven stelt jaarlijks een vast aantal stageplaatsen ter beschikking aan opleidingsdeelnemers. Bij 16% is dat enigszins het geval. Bij grote bedrijven komt dit meer voor dan bij kleinere bedrijven. Bij 58% van de kleine bedrijven met 10 medewerkers of minder is dit geheel of enigszins het geval, terwijl dit bij 77% van de bedrijven met meer dan 100 medewerkers geheel of enigszins het geval is (tegenover een gemiddelde van 69%).

Bij 9% van de ondervraagde bedrijven is het aantal stageplaatsen afhankelijk van het bedrijfsresultaat en bij 14% is dat enigszins het geval. Driekwart (76%) van de bedrijven zegt dat de bedrijfsvoering niet specifiek is ingericht op het werken met goedkope arbeidskrachten.

Volgens 60% van de bedrijven kan een geschikte stagiair altijd bij hen terecht. Men laat geen goede potentiële werknemers schieten. Bij een kwart (24%) is dat enigszins het geval en voor 14% gaat deze stelling niet op. Iets meer dan de helft (53%) van de bedrijven gebruikt de stageperiode als een proeftijd, om te zien of iemand in het bedrijf past en als het zo is biedt men de stagiair een arbeidsovereenkomst. Voor 29% is dat enigszins het geval en bij 18% niet.



De manieren waarop bedrijven het voor potentiële leerlingen interessant maken om voor het bedrijf te kiezen, hebben vooral te maken met het bieden van goede begeleiding, op een breed terrein ervaring op laten doen en volop meedraaien in het bedrijf en het bieden van goede randvoorwaarden en groeimogelijkheden.

Manieren om een interessant leerbedrijf te zijn	Aantal keer genoemd
Bieden van goede begeleiding/aandacht/ruimte geven om te leren/praktijkopleiders of werkplekcoaches	39
Breed aanbod aan taken en werkzaamheden/diversiteit	38
Gelijkwaardig aan vaste werknemers/volwaardig meedraaien/eigen verantwoordelijkheid	20
Bieden van deskundigheidsbevordering/kans op officieel diploma/eigen academy	18
Studiekosten worden vergoed/bij goed functioneren een bonus/salaris/stagevergoeding	18
Sfeer/sociaal arbeidsklimaat/jong team	17
Inhoud van het werk/interessant bedrijf/dynamische werkomgeving	12
Baangarantie/loopbaanplanning/doorgroeimogelijkheden	11
Gratis bloemen/gratis excursies/uitjes/werk-eetcafé/aantrekkelijke aanbiedingen	7
Echte sollicitatieprocedure/motivatiesgesprek	4
Moeilijke doelgroep is ook welkom/leerlingen via speciale trajecten	2
Ouderavonden organiseren	1

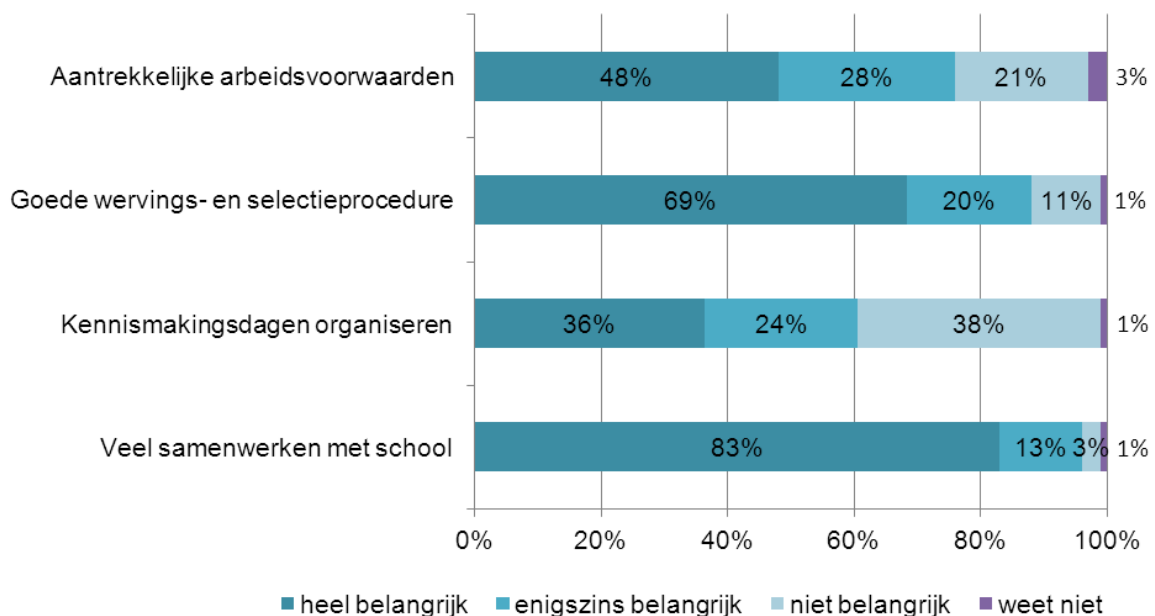
Naast de directe instructie aan stagiaires gebruikt 62% van de bedrijven nog andere middelen en methoden om kennis over te dragen. De middelen die genoemd zijn:

- Introductieprogramma;
- E-learning;
- Interne trainingen/specifieke merktrainingen/cursussen van Kenniscentra;
- Coaches op de werkplek/buddysysteem/leermeesters/praktijkopleiders;
- Bedrijfshandboek/werkboek/toolbox;
- Werkbezoek bij klanten of collega-bedrijven/mee naar overleggen;
- Intervisie en supervisie/werkoverleg/feedback geven;
- Specifieke opdrachten doen;
- Vakliteratuur lezen.

4.2 Manieren om leerlingen te vinden

Een belangrijke voorwaarde om goede leerlingen in het bedrijf te krijgen is samenwerken met een school. 83% vindt dit heel belangrijk en 13% enigszins belangrijk. Ook een goede wervings- en selectieprocedure wordt door de meerderheid belangrijk gevonden. 11% zegt dat dit niet van belang is. Grotere bedrijven vinden dit vaker belangrijk dan kleinere bedrijven. Van de bedrijven met meer dan 100 werknemers vindt 78% dit van groot belang. Onder de bedrijven met 10 medewerkers of minder is dit 63%. Voor bedrijven met vooral BOL-leerlingen speelt een goede wervings- en selectieprocedure een minder grote rol. 17% van deze bedrijven zegt dat het voor hen niet belangrijk is, tegenover een gemiddelde van 11%. De verschillen zijn significant.

Driekwart vindt het belangrijk dat de arbeidsvoorwaarden voor leerlingen aantrekkelijk zijn. 27% van de bedrijven met 11 tot en met 50 medewerkers vindt het niet belangrijk (gemiddeld 21%). 60% vindt het organiseren van kennismakingsdagen een (enigszins) belangrijke voorwaarde. Er bestaan significante verschillen tussen de bedrijfsgroottes. Hoe groter het bedrijf, hoe belangrijker men het organiseren van de kennismakingsdagen vindt: 23% van de bedrijven met 10 medewerkers of minder, 27% van de bedrijven met 11 tot en met 50 medewerkers, 33% van de bedrijven met 51 tot en met 100 medewerkers en 55% van de bedrijven met meer dan 100 medewerkers.



Bedrijven geven regelmatig aan dat men niets extra's hoeft te ondernemen om aan leerlingen te komen. De contacten met ROC's en Kenniscentrum bieden voldoende mogelijkheden. Andere bedrijven die wel extra inzet plegen, zetten advertenties of vacatures (op internet), bezoeken open dagen van scholen en beurzen, verzorgen gastlessen, hebben contact met vmbo-scholen of doen mee aan speciale projecten (Techniek is troef, Week van de procestechniek, Kom in het leerbedrijf, Techniekdagen of Girls Day).

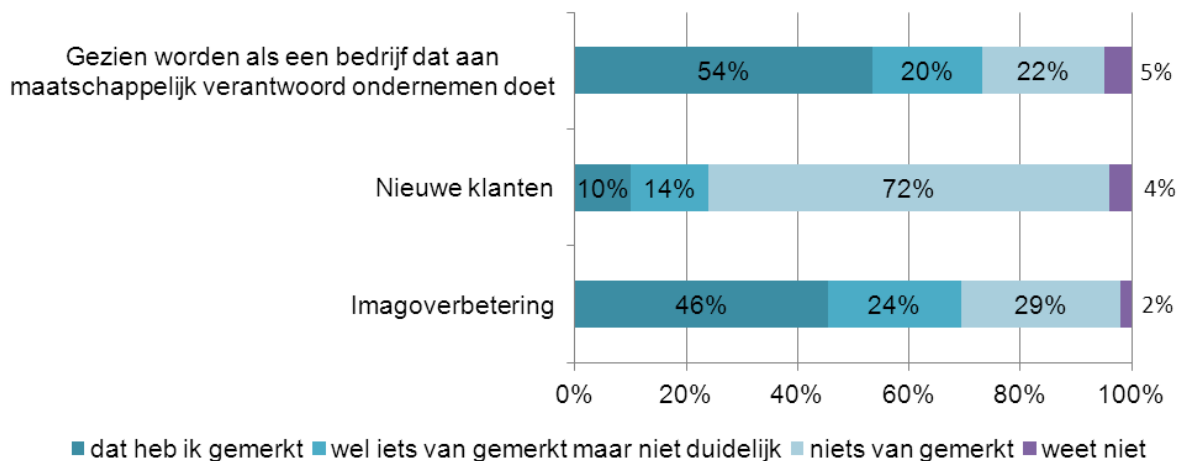
5. Effecten kwalificatie leerbedrijf

5.1 Effecten van leerbedrijf zijn

Het feit dat bedrijven erkend leerbedrijf zijn, heeft soms onverwachte effecten. Driekwart (74%) van de bedrijven zegt dat de buitenwereld hen hierdoor ziet als een bedrijf dat aan maatschappelijk verantwoord ondernemen doet.

60% van de ondervraagde bedrijven zegt dat het effect van de kwalificatie imagoverbetering is. De nominatie voor de prijs voor het beste leerbedrijf heeft hier positief aan bijgedragen. Met name de bedrijven met tussen 11 en 100 medewerkers hebben dit duidelijk gemerkt: 54% tegenover een gemiddelde van 46%. Van de grote bedrijven met meer dan 100 medewerkers heeft 47% dit duidelijk gemerkt, tegenover 27% van de kleine bedrijven.

10% van de bedrijven zegt dat het nieuwe klanten heeft opgeleverd, zoals meer jonge klanten voor het bedrijf (bijvoorbeeld in de detailhandel) of ouders en familie van de stagiaires of oud-stagiaires. Ook bij aanbestedingen hebben bedrijven soms een streepje voor omdat men leerbedrijf is, en dat kan nieuwe opdrachten opleveren.



De voorbeelden van het effect op het imago die de contactpersonen noemden, staan in bijlage 5. Genoemd zijn onder andere de volgende effecten.

- Stagiairs hebben bij aanvang van de stage een ander beeld (oubollig) van het bedrijf en dat wordt in de praktijk bijgesteld.
- Klanten waarderen het dat men jonge mensen een kans geeft.
- Er komen meer jonge bezoekers.
- Ouders vinden het belangrijk dat men een erkend leerbedrijf is.
- Men wordt regelmatig gevraagd voor een lezing of door andere organisaties hoe het stagebeleid is opgezet.
- De (nominatie voor de) prijs heeft tot veel positieve reacties geleid van klanten, collega's of opdrachtgevers.

Ook is gevraagd naar voorbeelden van effecten van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Het overzicht staat in bijlage 6. Bedrijven noemen onder andere de volgende effecten.

- Opleiden wordt als een extra pluspunt gezien bij de beoordeling van maatschappelijk verantwoord ondernemen.
- Men krijgt positieve reacties van klanten en relaties hierop.
- Ook opdrachtgevers letten hier op.
- Erkende leerbedrijven worden regelmatig gevraagd voor lezingen, workshops of specifieke projecten in dit kader.
- Daarnaast krijgt men hierdoor vaker het verzoek van organisaties die moeilijk bemiddelbare groepen plaatsen of er binnen het bedrijf kansen zijn om op te leiden.

Aan de respondenten is gevraagd of er nog andere onverwachte effecten zijn geweest van het feit dat men een erkend leerbedrijf is. De bedrijven noemden diverse effecten.

Andere onverwachte effecten van leerbedrijf zijn	Aantal keer genoemd
Meer aanvragen voor stages/ouders sturen hun kind sneller	12
Door de nominatie voor de prijs veel media-aandacht	11
Betere contacten met scholen/meer samenwerking met scholen/meer invloed op het onderwijsbeleid	8
Erkenning dat we goed bezig zijn/erkenning voor medewerker/interne waardering	7
Medewerkers zijn zelf actiever geworden met opleiden/intern is het opleidingsplan op een hoger niveau gebracht	6
Uitnodigingen voor bijeenkomsten Kenniscentrum/deelname in werkgroepen/ gevraagd voor lezingen	6
Andere bedrijven nemen contact op om te horen hoe wij het doen/waardering van collega's	5
Meer opleidingen hebben zich gemeld nav nominatie/nu contact met zes Kenniscentra	3
Andere afdelingen gaan nu met stagiaires werken of eigen leerbedrijf opzetten	2
Meer aanvragen voor weekendbaan/meer open sollicitaties	2
Artikel in vakblad	2
Hebben een streepje voor bij klanten ten aanzien van concurrenten	1
Een hogere score tijdens de verkiezing Slagerij van het Jaar	1
Krijgen nu sneller iets voor elkaar	1
We stonden vermeld op een website waar we niet van op de hoogte waren	1

5.2 Opmerkingen

De respondenten maakten enkele algemene opmerkingen. Deze staan in onderstaand schema.

Algemene opmerkingen

De aansluiting op het niveau van school is niet goed. Jongeren kunnen bijna niets als ze in de praktijk komen.

Niet tevreden over de opleiding. Samenwerken met school moet van twee kanten komen.

Samenwerking met scholen wordt door de scholen niet zo belangrijk gevonden, want zij houden zich strikt aan het vast aantal contactmomenten, ook al is er aanleiding tot extra zorg.

Scholen nemen steeds meer afstand (techniek).

Zou graag zien dat bij aanvang van de opleiding een drie-partijen-contract zou worden getekend: door leerling, school en bedrijfsleven.

Sommige opdrachtgevers, bijvoorbeeld onderwijsinstellingen, willen jeugdige medewerkers aan de slag zien.

Stages moeten minimaal vier maanden duren om voor een leerbedrijf aantrekkelijk te zijn.

We noemen het geen stage. De formule die wij toepassen: mensen komen in dienst, hebben een gewone baan met een salaris en volgen een opleiding in de vrije tijd. Onze productie is niet in een stage te vatten.

Tussen de 20 en 30 jaar: leren, tussen de 30-50 jaar: verdienen, 50+: kennis doorgeven.

De normering mag duidelijker: aan welke eisen moet de salon voldoen om leerbedrijf te zijn?

Het toekennen van erkend leerbedrijf wordt te snel gedaan. Er wordt niet goed gekeken of de leerlingen ook echt goed worden begeleid.

Dit bedrijf stopt per 31 december als leerbedrijf vanwege economische redenen.

Gaan de resultaten ook naar het Ministerie van Onderwijs? Als kleine zelfstandige is het financieel eigenlijk niet te doen om leerlingen op te leiden.

Bijlage 1

Functie ondervraagde contactpersonen

Accountmanager
Administratief medewerkster/secretaresse 2x
Adviseur
Adviseur strategische innovatie.
Adviseur Trainee-program
Afdelingsmanager
Aftersales manager 3x
Assistent vestigingsmanager
Bedrijfsleider 6x
Beheerder
Beleidsmedewerker
Business Development
Chef
Chef werkplaats
Coördinator leerbedrijf sport & welzijn
Coördinator stages en opleidingen 16x
Coördinator streetsport gemeente Den Haag.
Dierenartsassistente
Directeur/eigenaar 73x
Etaleuse/planner
Facilitair manager 2x
Filiaalmanager
Fotojournalist
Franchise-ondernemer
Hoofd chemisch laboratorium
Hoofd Numac Academy
Hoofd opleidingen 4x
Hoofd P&O 16x
HR-manager 5x
HR-medewerker 2x
HRM/KAM
HSEQ medewerker
ICT adviseur
Informatiemedewerker
KAM (kwaliteit arbo milieu) manager 6x
Leermeester 2x
Logistiek manager 3x
Manager operations 2x
Manager sportevenementen en projecten
Medewerker bedrijfsburo
Medewerker P&O 11x
Officemanager
Operationeel manager 2x
Orthopedisch instrumentenmaker
Opleidingscoördinator 11x
Praktijkopleider 4x
Produktontwikkelaar
Projectmanager
Quality manager
Research-analist/stagecoördinator
Salesmanager
Sectiehoofd
Section Head BPVcoördinator

Sectorleider groen
Servicemanager 2x
Shopmanager
Slager
Sterilisatie-assistent/praktijkopleider.
Storemanager 3x
Teamleider ondersteuning, commissielid opleidingsondersteuning, netwerker ROC.
Teamleider sportstimulering
Transportmanager
Vakgroep leider
Voorman/opleidingscoördinator

Bijlage 2

Voorbeelden Jonge mensen zorgen voor een open dynamische sfeer

Actueel en frisse kijk op het bedrijf

- Andere ideeën door jongeren, bij de tijd blijven.
- Dagelijks nieuwe verfrissende inzichten.
- De leerlingen willen heel graag en laten dat zien en geven een frisse blik.
- Doorlopend stagiaires over de vloer houdt je scherp en fris.
- Frisse ideeën.
- Frisse impulsen m.b.t. verkoop, goede sfeer in het team. Onderlinge concurrentie dus leuk sparren.
- Frisse input door jongeren.
- Frisse kijk en spiegel voorhouden.
- Frisse kijken ten aanzien van het creatieve proces.
- Hebben nog geen historie en kijken onbevangen tegen zaken aan.
- Het brengt leven in de brouwerij. Er komen wilde ideeën, pak daar de goede dingen uit.
- Het geeft een prettige sfeer. Kennis blijft up-to-date.
- Hier krijg je nieuwe inspiratie door.
- Hoe jonger hoe beter. Meeste ideeën komen uit onbekommerde situaties, als men er onbevangen in staat.
- Het zijn mensen uit de wijk zelf, die kennen de andere doelgroep (jongeren).
- Houd je scherp of je het wel op de juiste manier uitlegt. Ze zijn best kritisch.
- IKEA gaat voor innovatie. Als de stagiair leert, leert het hele bedrijf.
- Je blijft jong.
- Jeugd houdt hen scherp.
- Jeugd is anders, je wordt soepeler als bedrijf.
- Jeugd neemt andere dingen mee, is opener.
- Jonge mensen houden je wakker.
- Jonge mensen zijn ambitieus, dit is leuk.
- Jonge vakkracht is nog gemotiveerd en dat werkt soms aanstekelijk.
- Jongeren geven hun onbevangen visie.
- Jongeren hebben een enorm netwerk, waardoor soms uit onverwachte hoek problemen kunnen worden opgelost.
- Jongeren kijken met andere ogen.
- Jongeren kijken met een frisse blik.
- Komen met nieuwe ideeën en dat werkt verfrissend.
- Leren van leerlingen, omdat zij stage hebben gelopen binnen andere bedrijven en dan soms een andere manier van werken meebrengen.
- Levert discussies op en nieuwe ideeën.
- Meer onbevangen, frisse ideeën en daardoor blijf je als bedrijf verjongen.
- Nieuwe blik op processen.
- Nieuwe ideeën, zaken bekijken vanuit een ander oogpunt.
- Nieuwe ideeën.
- Nieuwe trends voor onderwijs meekrijgen.
- Onbesuisde opmerkingen. Enthousiasme voor nieuwe technologie en marketing.
- Onervaren zijn, nieuwe ideeën en mogelijkheden hebben.
- Openhartig in hun naïviteit en dat geeft een ander beeld van het eigen bedrijf.
- Reparaties die op een andere manier worden uitgevoerd dan gebruikelijk, dat is vernieuwend.
- Stagiaires hebben een frisse blik. Zij kaarten zaken aan die anders niet aan bod komen. We kunnen zelf onze medewerkers 'maken/kneden'.

Sfeerbepalend

- 10% stagiairs geeft een andere sfeer. Levendige energie.
- Belangrijk om een goede mix te hebben voor de werksfeer.
- Beter voor de sfeer en oudere chauffeurs vinden het leuk om de kennis over te brengen.
- Bij ons zijn het vooral oudere studenten, maar toch is het wel leuk voor de afdeling.
- Brengen energie in het bedrijf.
- De sfeer is veranderd en dat is leuk. Onbevangen blik.
- Gemiddelde leeftijd is 35 en leerlingen houden het bedrijf dynamisch.
- Het biedt een stuk gezelligheid in het team.
- Jonge mensen zijn vaak enthousiast en dat brengen ze over. Brengt sfeer in de groep.
- Jongelui zijn prettig in de omgang.
- Jongeren brengen vreugde en levendigheid; 'mooi spul'.
- Jongeren willen graag op de werkplek en geeft een andere sfeer op de werkplek.
- Jongeren zijn impulsief, ondoordacht en brengen gekheid.
- Leuke sfeer door vers bloed, leuk om te "pesten".
- Prettig werkklimaat; de maatschappij in het klein.
- Samenhang van teams is veel evenwichtiger en geeft een betere sfeer.
- Sfeer brengen is afhankelijk van de persoon, dus soms wel en soms niet.

Eigen cultuur

- Ander taalgebruik door jongeren, spontanere benadering.
- Andere gesprekken aan tafel en dat is leuk.
- Hoe ze erbij lopen brengt al iets extra's.
- Gemiddelde leeftijd van rond de 55. Ineens veel jongeren erbij levert overvolle kantines, totaal andere kledij, omgangsvormen en taalgebruik en dat is leuk.
- Leerlingen houden eigenaar van 49 jaar bij de tijd, bijv. met muziek.
- Nieuwe grappen.
- Stagiaires nemen jeugdcultuur mee.

Social Media

- Andere ideeën van jongeren en social media.
- Andere kijk op de maatschappij. Gebruik social media werkt stimulerend.
- Communiceren via andere media.
- Gemiddelde leeftijd rond 50. Jongeren hebben een vernieuwende inslag bij mbt twitteren en Facebook.
- Handig met computers, kunnen op vragen van klanten zo heel snel antwoord geven.
- Jongeren hebben een andere beleving, bijv. social media. De wijze waarop ze les krijgen op school, ze gaan zelf op zoek op internet. Goed tegen bepaalde bedrijfsblindheid.
- Met ICT zijn ze veel verder; je kunt er ook nog van leren.
- PR is nu veel sprankelender en nu ook via de social media.
- Social media, waardoor je als bedrijf een beter idee krijgt hoe je de jeugd kunt bereiken.

Goed voor vast personeel

- Een leerling heeft zich opgewerkt van metaalbewerker tot een hogere functie, de ouderen zien dat en willen dat ook, dit is een goede ontwikkeling.
- Enthousiasme. Overbrengen van kennis aan jongeren, zodat de ouderen zich belangrijk voelen. Wat ze uit willen stralen brengen ze bij (imago).
- Enthousiaste stagiairs werkt aanstekelijk.
- Het is een voordeel dat er mensen zijn die er lang werken, maar oppassen voor 'verroesting' dus frisse blik van stagiaires is goed.
- Je kunt heel druk zijn met de leerlingen, zowel positief als negatief.
- Je leert van elkaar.
- Jong motiveert de ouderen.
- Jong personeelsbestand. Sfeer van samendoen en betrokkenheid voelen bij het team.
- Jonge mensen brengen energie, maar niet allemaal. Je moet er zelf ook veel energie in stoppen.
- Jonge mensen communiceren beter. Doorbreekt het ritme.
- Jonge mensen vragen positieve aandacht. Jongeren maken de oude garde ook 'losser'.
- Jongeren krijgen coach (oudere personen), werkt vernieuwend.
- Juist andersom: oudere chauffeurs brengen passie over op jongeren.
- Klopt, maar kost ook energie.
- Mensen de verantwoording geven om leerlingen mee te nemen en het vak over te brengen, dit werkt positief op het overige personeel.
- Mix van oud en jonge. Je houdt op deze manier de ouderen jong.
- Ook ouderen gaan weer studeren.
- Openen ogen van de mensen die er al langer zitten.
- Ouder personeel kakt hierdoor niet in.
- Oudere werknemers vinden het leuk om met jongeren samen te werken.
- Ouderen wakker houden.
- Ouderen worden wakker geschud door de jongeren. Het is in balans.
- Ouderen zitten vaak vast op bepaalde inzichten. Jonge krachten brengen daar verandering in.
- Positieve leerlingen werken door op alles.
- Speciaal gepensioneerd medewerkers om stagiaires in te werken. Sprake van interactie en beide partijen krijgen er een boost van.

Bijlage 3

Voorbeelden Stagiaires zorgen voor actuele vakkennis

Nieuwe ideeën

- De stagiaires komen ook bij andere bedrijven en nemen daarvandaan kennis mee.
- Dit ligt wel aan de stagiaire. De techniek gaat heel snel, je moet wel bijblijven.
- Dmv workshops en beursbezoek zorg je voor nieuwe ideeën.
- Ideeën mbt bepaalde systemen die gebruikt worden.
- Jongeren nemen dingen mee van school (nieuwe inzichten)
- Komen met nieuwe ideeën.
- Leerlingen volgen op school workshops waarbij ondernemers die nieuwe techniek demonstreren. Dat nemen we dan weer mee naar ons bedrijf.
- Met name Hbo en TU opgeleide mensen introduceren nieuwe technieken (vnl. IT-zaken).
- Nieuwe ideeën.
- Nieuwe inzichten op het vakgebied en generatie.
- Nieuwe inzichten.
- Nieuwe ontwikkelingen en instrumenten meekrijgen.
- Nieuwe ontwikkelingen komen via de stagiaires binnen.
- Nieuwe stijl, mening van de stagiaires was heel belangrijk tav de stijl.
- Nieuwe techniek vanuit school, doen we ons voordeel mee.
- Nieuwe technieken en theorieën worden dankzij stagiaires bij eigen personeel aan de man/vrouw gebracht.
- Stagiaires weten van nieuwe soorten bomen die wij nog niet kennen.
- Stagiaires zorgen voor actuele vakkennis door hun vragen. Het realistische karakter van de nieuwe technieken die ze op school leren wordt in de praktijk getest.
- Wel nieuwe ideeën, geen actuele vakkennis.
- Ze leren meer van de andere leerlingen op school, wat die aan kennis van andere bedrijven meenemen.

Alert blijven

- Door gestelde vragen blijf je scherp, je kunt geen onzin verkopen.
- Door vragen van jongeren wordt er meer stil gestaan bij de huidige manier van werken.
- Frisse blik en ideeën en interesse hebben in hun bevindingen.
- Frisse kijk op zaken en dat werkt positief uit.
- Het houdt je scherp.
- Het houdt beiden scherp.
- Op die manier blijf je zelf ook alert.
- Spiegeltherapie staat ook in startdocument. Door stagiaires te hebben blijf je scherp ten aanzien van je eigen kennis en pikt nieuwe kennis op van hen.
- Stagiaires stellen andere vragen, dit houdt het bedrijf scherp qua ontwikkelingen.
- Student is kritisch en als bedrijf doen we daar iets mee.
- Techniek is heel verantwoord en je blijft zelf alert.
- Vooral het zelf scherp blijven is voor ons belangrijk.
- Zelf scherp blijven.

Zelf bijblijven

- Aangespoord om de boeken uit de kast te halen en op te zoeken door vragen van stagiairs.
- Begeleider ontwikkelt zich ook door samen te werken en te leren.
- Bewust worden van het eigen handelen.
- Ik leer nog iedere dag.
- Je gaat dingen in breder perspectief zien doordat je met nieuwe technieken en theorieën in aanraking komt.
- Je moet alert blijven.

- Kritische vragen zijn goed voor het bedrijf, zodat we strakker moeten organiseren.
- Meesten werken al 20 jaar daar en lijden aan beroepsdeformatie; lullige vragen houden je scherp.
- Ook ouderen gaan weer studeren.
- Ouder personeel leert van de leerlingen.
- Ouderen bieden professionaliteit en jongeren zijn goed met elektronische ontwikkelingen. Dat is een goede combinatie.
- Praktijkexamen georganiseerd diagnostische technicus. Opleiders moesten zich daarin verdiepen en dat leverde voor zowel de opleiders als de stagiaires extra kennis op.
- Stagiaires leren de oude rotten weer.
- Stagiairs gaan meer inhoudelijk op de opdracht in en dat is inspirerend voor andere werknemers. Eindopdracht kan bijv. gerealiseerd worden in het bedrijf.

Aanpassingen in het bedrijf

- Aanpassing van het bedrijf, bijv. zeppompje en papierrol.
- Bepaalde procedures zijn aangepast.
- Discussie over de werkvolgorde tussen ouder personeel en stagiaires en het proces is hierop gestandaardiseerd.
- Door traiteuropleiding is het aanbod vergroot in de winkel.
- Gebruik van persoonlijke beschermingsmiddelen en theorie over bijv. watergedragen verf.
- Inrichting van schappen werd veranderd door stagiaires en verandering presentatieplannen.
- Jonge HTS-er maken het levendig door de manier waarop zij rapporteren. Advies en analyse worden gegeven en gemaakt.
- Onderzoek naar productielijn: equipment efficiency.
- Opmerking van de stagiair dat de injecteur niet rendabel zou zijn. Dit resulteert in goed nakijken. Je wordt weer even wakker geschud.
- Pop-up bij kassa.
- Stagiairs doen onderzoeken mbt productontwikkeling en dat kunnen we in het bedrijf inzetten. bijv. leam-bouwen: zo efficiënt mogelijk bouwen.

ICT

- Automatisering, communicatie, benutten van social media.
- Computerkennis en kennis nieuwe media is veel meer up-to-date.
- De jongeren nemen social media en internet mee en dat is goed voor de ouderen.
- Geldt wel voor studenten op hbo-niveau (computers) maar niet op mbo-niveau
- Internetgebruik.
- Openingszinnen kunnen heel erg variëren, omgaan met de computer, technieken qua vermaken, jonger aankleden.
- Veel kennis ict en digitaal werken.

Anders

- Juist oud lesmateriaal!
- Niet tevreden met wat ze momenteel op school leren. Moeten in het bedrijf flink bijgespijkerd worden.
- Wij kunnen zo invloed uitoefenen binnen het onderwijs en vice versa.

Bijlage 4

Welke argumenten zou u gebruiken om andere bedrijven te overtuigen leerbedrijf te worden.

Draagt bij aan de continuïteit in het bedrijf

- Als je stagiaires aanneemt heb je ook zicht op je potentiële nieuwe talenten.
- Als we het niet doen hebben we straks geen personeel. Geen groei van het bedrijf.
- Binden van jongeren. Middel om personeel te kiezen. Het leeftijdsbestand personeel wordt evenwichtiger.
- Continuïteit in de arbeidspositie, dat je altijd een evenwichtige personeelsopbouw hebt en dat je zelf goede vakmensen kunt opleiden voor eigen bedrijf, die aan normen en eisen voldoen.
- Continuïteit personeel. Vernieuwing van het vak. Bredere markt: grotere vijver om uit te vissen. Lage kosten.
- Continuïteit van het bedrijf
- Continuïteit van het personeelsbestand en de branche gedijt bij goede vakmensen.
- Boeien en binden van jonge mensen, flexibele organisatie door variabele leeftijdsopbouw, meer betrokkenheid, hoger niveau, meer en betere kwaliteit productie.
- Een manier om kundige mensen aan je te binden.
- Eerst investeren en daarna geeft het een voordeel. Je kunt ze inzetten.
- Eigen missie volbrengen, ook al kost het af en toe meer energie dan het oplevert.
- Eigen toekomst garant stellen met goed gekwalificeerd personeel.
- Geen leerlingen is stilstand.
- Goed positioneren als aantrekkelijke werkgever, kweekvijver voor nieuw personeel, mogelijkheid voor evenwicht in het personeelsbestand.
- Goed voor de maatschappij, goed voor je bedrijf, goed voor jezelf en goed voor de stagiaire.
- Goed voor het bedrijf en voor de leerling.
- Goed voor het imago. Voorzien in eigen personeel met een goede opleiding.
- Gunstige leeftijdsopbouw van de medewerkers. Enige manier om aan goede vakmensen te komen door ze zelf op te leiden.
- Het houdt je personeelsbestand op peil.
- Het is je toekomst.
- Je kan het geluk hebben dat iemand in het bedrijf past.
- Je krijg meer potentiële nieuwe werknemers die je goed kunt leren kennen. Bieden van kansen aan jongeren..
- Je kunt mensen vormen en de scholen meer leerlingen bezorgen.
- Je kunt niet zonder.
- Je kunt stagiaires alle zaken bijbrengen die jij als vakkracht belangrijk vindt, waardoor de "speciale effecten" van het bedrijf behouden blijven.
- Je moet eerst investeren in iemand, maar daarna krijg je er wat voor terug. Het is een selectieprocedure voor personeel.
- Jonge mensen binnenhalen is fijn.
- Jonge mensen hebben andere inzichten, die je kunt gebruiken.
- Jonge onderbouw is nodig in een bedrijf.
- Makkelijker werven van nieuwe medewerkers. Talent een kans geven. Mensen een kans geven om opleiding af te maken.
- Meer flexibiliteit voor jezelf, dan kun je als veehouder zelf ook eens weg. Bedrijven worden groter en hebben ook loonwerkers of bedrijfsverzorgers nodig en die moeten er dan wel zijn.
- Opleiden binnen het bedrijf is sowieso waardevol, aanvulling van personeel is gegarandeerd.
- Personeelsbestand voor de toekomst veilig stellen, jonge talenten scouten.
- Personeelsprobleem wordt steeds groter, dus opleiden is belangrijk.
- Personeelsschaarste bestrijden. Goede uitstraling. Kostendrukkend.
- Stagiaires zijn goed voor het bedrijf.
- Superhandig. Meer personeel geeft meer lucht in de winkel.

- Vervanging van de arbeidskrachten, mix van jong en oud, jongeren brengen nieuw leven (ook naar de buitenwereld).
- Voor nieuwe aanwas (mensen die opgeleid willen worden).
- Waarborgen van je eigen kwaliteit. Het kost relatief weinig tijd.
- Werken aan de eigen toekomst van het bedrijf: verjonging en vernieuwing.
- Win-win situatie: kennisoverdracht aan leerlingen en extra handen voor het bedrijf. Eigen mensen opleiden in alle ins & outs van het vak en het bedrijf.
- Zelfvoorzienend in personeel.

Frisse blik op het bedrijf; je blijft up-to-date als bedrijf

- Dat men van stagiaires kan leren.
- Dat zij je scherp houden.
- Door te werken met leerlingen houd je je bedrijf gezond.
- Dynamiek, kritische blik, extra kennis en een stimulans om zelf je kennis op peil te houden.
- Een manier om het bedrijf jong en dynamisch te houden.
- Extra impuls in het eigen bedrijf: leven in de werkplaats.
- Frisse blik in het bedrijf, klusjes kunnen worden uitbesteed, eigen processen goed in de gaten houden, krijgt altijd feedback.
- Frisse blik intern in het bedrijf. Op de hoogte blijven. Anticiperen op het onderwijs. Verantwoordelijkheid nemen.
- Frisse blik. De praktijk is anders dan de boeken.
- Frisse wind, andere ideeën en zorgen voor continuïteit.
- Goed om jonge mensen aan te nemen, verfrissend.
- Goed om van het bestaande stramien af te wijken. Frisse input.
- Heel gezond om op te leiden, want dan blijf je fris. De daardoor ontstane complexiteit leidt tot meer ontwikkelingen richting wat de maatschappij nodig heeft.
- Het is goed om als bedrijf innovatief te blijven.
- Houdt het bedrijf jong en fris en het is maatschappelijk verantwoord.
- Houdt mensen op de werkvloer scherp en je ziet mensen groeien.
- Input van jonge mensen en andere culturen leidt tot nieuwe prikkeling van de medewerkers en leiding. Het inspireert. Als je geen kennis overdraagt kom je uiteindelijk op een door spoor en ben je niet meer innovatief.
- Je blijft als bedrijf scherp. Het is in het belang van het bedrijf: kwalificeren van het personeel.
- Je blijft als bedrijf up-to-date.
- Je blijft een open houding houden en ook actueel.
- Je blijft zelf scherp en je werkt mee aan de vorming van nieuwe aanwas.
- Je investeert eerst en krijgt dat later terug. Bewustwordingsproces van je eigen aanpak: je blijft alert hoe en waarom je dingen doet zoals je ze doet.
- Leerlingen geven een andere kijk op het bedrijf.
- Leerzaam, leuk, toevoeging aan eigen vakkennis, je blijft scherp.
- Leuk met jongeren, blik verruimen.
- Leuk voor de sfeer/cultuur binnen het bedrijf. Kwaliteit garanderen.
- Nieuwe ideeën en ontwikkelingen binnenhalen.
- Nieuwe kennis en nieuwe aanwas van medewerkers.
- Parate kennis in huis halen.
- Potentieel, jong talent. Je haalt actuele kennis in huis.
- Verfrissend. Het enthousiasme van de deelnemers houdt je scherp. Maar je moet er wel tijd voor vrijmaken.
- Verfrissing, enthousiasme, verjonging.
- Verrijking van het bedrijf en het bedrijfsleven.

Kennis overbrengen/behoud van vakkennis

- Aan jonge mensen kennis overdragen zodat het vak blijft bestaan.
- Als je passie hebt voor je vak, wil je die overbrengen op jongeren.
- Alternatief voor buitenlands personeel dat laaggeschoold is. Je hebt beter geschoold personeel nodig.
- Behoud van vakkennis en relatief goedkoop.
- Behoud van vakmensen.
- Behouden van technisch vakmanschap.
- Goed personeel opleiden is belangrijk.
- Het is een simpele manier om vakmensen op te leiden.
- Het is leuk en belangrijk om kennis over te dragen. Het kost wel veel energie, maar het loont. Blijven doorbouwen tot het hoogste mogelijke niveau.
- Kennis overdragen en brengt een dynamische sfeer in het bedrijf.
- Kennis overdragen.
- Kennisoverdracht en nieuwe personeel ontwikkelen. Tevens jongeren een kans bieden.
- Kennis overdragen is belangrijk.
- Overdracht van kennis en ervaringen. Goede opvolgers voor de toekomst.
- Overdragen van vaardigheden.
- Probeer het eens: als je geluk hebt heb je een goede kracht. Overtuig ze van een mooi stukje vakmanschap dan heb je er voldoening van.
- Snel verrijken van vakkennis.
- Stagiaires kneden naar eigen inzicht, betere vakmensen maken. Toekomstgericht bezig zijn.
- Vak behouden voor de toekomst.
- Vakbehoud.
- Vakmanschap in stand houden. Nu opleiden wil je in de toekomst nog gekwalificeerd personeel hebben.
- Zelf kennis overdragen, naast de andere genoemde argumenten.

Goed voor de toekomst van het vak en de branche

- Aan de toekomst van de sector denken.
- Als je in de toekomst goed opgeleid personeel wilt hebben zul je daar nu iets aan moeten doen. Als je in de toekomst je personeelsbestand op peil wil houden moet je opleiden. Mensen die je opleidt kun je nog vormen.
- Als je investeert in jonge mensen creëer je vakmensen.
- Belangrijk aspect van vernieuwing. Contact met de arbeidsmarkt. Brede kijk op de wereld. Belangrijk om goed vakmensen voor de toekomst op te leiden.
- Bevordert de instroom van jonge, motiveerde en gekwalificeerde werknemers.
- Denken aan de toekomst.
- Gemeenschappelijk belang voor de branche.
- Goed voor de opvolging, voor de toekomst van de branche.
- Het is goed voor de branche, zorgen voor vakmensen.
- Het vak doorgeven aan de jeugd, zodat de branche blijft bestaan. Kwaliteit doorgeven.
- In iedere vergrijzende bedrijfstak is instroom belangrijk.
- Instroom van jonge mensen bevorderen.
- Investeren in de toekomst en maatschappelijke betrokkenheid.
- Investeren in de toekomst, personeelsbestand verjongen en ook meisjes opleiden.
- Investeren in de toekomst.
- Je leert van elkaar. Tekort van werknemers in de branche tegen gaan.
- Meewerken aan de toekomst (niet alleen die van het bedrijf).
- Mensen blijvend laten ontwikkelen. De capaciteit van de mens benutten (mens doorslaggevend factor in proces), overcapaciteit is nu nodig voor de toekomst.
- Op peil houden van de bedrijfstak. Stimulans voor oudere werknemers.
- We vissen allemaal uit dezelfde vijver en die vijver moet wel aangevuld worden.

(Goedkope) manier om aan (geschikt) personeel te komen

- Dat het meer oplevert dan dat het je aan tijd kost. Het zijn goedkope krachten, prima geschikt voor de eenvoudige klussen en zij doen ervaring op. Het is een oppepper voor het bedrijf.
- Goed gekwalificeerde arbeidskrachten nu en in de toekomst en gunstig kostenplaatje.
- Goedkoop en een manier om aan personeel te komen.
- Het houdt je scherp en is relatief goedkoop.
- Het is fijn om mensen goed op te leiden en goed voor de personeelsbezetting, voldoende mensen "rond het bed".
- Het is goedkoop en biedt een frisse wind in het bedrijf.
- Je krijgt een dynamische leeromgeving, je wordt uitgedaagd om na te denken over je eigen processen. Goedkope arbeidskrachten.
- Je kunt het personeel zelf goed opleiden en maken zoals je het hebben wilt.
- Je kunt je eigen mensen opleiden en vormen naar je eigen ideeën.
- Je kunt de mensen naar je cultuur 'kneden'. Je wordt uitgedaagd (mn door hbo-ers). Jonge mensen houdt het bedrijf levendig.
- Jong, dynamisch, kosten besparend, goede werknemers scouten, het kost niet veel tijd.
- Kostenverlagend, nieuwe technieken komen aan bod, eigen personeel blijft scherp.
- Mensen moeten worden opgeleid en op financieel vlak is het voordeliger.
- Naast ontwikkeling biedt het extra handjes.
- Nieuwe, jonge mensen binnen en goedkope arbeidskrachten.
- Plezierig om jeugd erbij te houden, kosten besparend, door uit te leggen aan anderen ontwikkelen ze zelf ook.
- Vakkrachten zelf opleiden is goed voor het bedrijf. Ze zijn nog kneedbaar en kunt ze dus precies aanleren hoe je het wilt hebben.
- Welk personeel is beter voor het bedrijf dat het personeel dat je zelf hebt opgeleid! Kennis blijft actueel.

Maatschappelijke verantwoordelijkheid

- Als je nu niet investeert, dan krijg je in de toekomst een tekort. Maatschappelijke verantwoordelijkheid.
- Dat je verantwoordelijkheid wilt nemen in de instroom van nieuwe leerlingen in de techniek (interieurbouw).
- Het is de verantwoordelijkheid van de werkgever om personeel voor de toekomst op te leiden.
- Het kost tijd, maar het is belangrijk werk.
- Kennis blijft actueel, je laat zien dat je maatschappelijk verantwoord onderneemt en dat geeft een goede uitstraling.
- Kennisverhoging, inzicht krijgen in de onderneming, direct aan kunnen sturen op het gewenste eindniveau. Daarnaast ben je als bedrijfsleven verplicht om mee te werken aan het opleiden van jongeren.
- Maatschappelijk belang, jonge mensen moeten een kans krijgen op de arbeidsmarkt, en je hebt er zelf ook profijt van omdat ze na verloop van tijd ook werk uit handen kunnen nemen.
- Maatschappelijk belang, mogelijk goede potentiële werknemers, eigen kennis vergroten.
- Maatschappelijk belang: zorg voor de toekomstige werknemers.
- Maatschappelijk belang.
- Maatschappelijke ontwikkeling in het noorden.
- Maatschappelijke verantwoordelijkheid voor de eigen markt. Het is belangrijk voor de transportsector om jonge mensen op te leiden.
- Maatschappelijke verantwoordelijkheid, goed en kundig personeel opleiden, goed voor eigen naam van het bedrijf.
- Maatschappelijke verantwoordelijkheid. En je houdt feeling met het onderwijs en de praktijk.
- Maatschappelijke verplichting en de doorstroom van het personeel bevorderen.
- Opleiden is belangrijk, maatschappelijke verantwoording, personeel kweken.
- We zijn moreel aan elkaar verplicht jongeren op te leiden.

Bieden van kansen aan jongeren

- Basis voor de toekomst. Je moet blijven investeren in jonge mensen.
- Betrokken bij de maatschappij, voorbeeldfunctie, belangrijk om alle jongeren een kans (evt. een tweede) te geven.
- De jeugd de kans geven het op een goede manier te leren. Stagebegeleider heeft meer invloed dan ouders/leraren.
- Eigen visie doorgeven en de jeugd 'kennen' en opvoeden.
- Het bieden van een juiste opstap naar de toekomst van die leerling. Uitstraling van het bedrijf.
- Iets betekenen voor de jeugd en eigen organisatie. Kosten vallen mee.
- Jongeren motiveren voor het vak.
- Werken met mensen die verder willen in het leven, ze op weg helpen in de wereld.

Belangrijk voor (het niveau van) het onderwijs

- Belangrijk voor het niveau van het onderwijs, in- en doorstroom van personeel en hoge kwaliteit binnen het bedrijf.
- Dichterbij de opleiding staan. Dat je erkend wordt zegt iets over de kwaliteit van het eigen personeel.
- Inspirerende werkomgeving, aansluiten bij onderwijsontwikkelingen, leren on the job zowel voor opleider als stagiair.
- Invloed uitoefenen op het onderwijs, je leer veel van nieuwe leerlingen en je beleeft veel plezier aan het opleiden.
- Personeelsbestand evenwichtig samenstellen. Contact met onderwijs, de maatschappij/cultuur verandert, bedrijfsinrichting daar ook op inrichten.
- Verantwoordelijkheid nemen voor de kwaliteit van de opleiding van toekomstige collega's en samen het beroep vormgeven.
- Welkomme input van stagiaires qua denken en doen, krenten uit de pap vissen en meedenken binnen het onderwijs.

Het is leuk om te doen

- Als je aandacht geeft, krijg je er enorm veel voor terug.
- Geeft een positief gevoel.
- Gezelligheid en tegenhanger voor de vergrijzing.
- Het is gewoon leuk om leerlingen iets te leren.
- Het is leuk om op te leiden. Extra arbeidskrachten voor minimale kosten.
- Het is leuk om te doen en houdt het bedrijf scherp.
- Het is leuk om te doen en om te zien hoe jongens groeien.
- Het is leuk om te doen, zinvol en gezellig.
- Het is leuk!
- Opleiden is leuk, nieuwe mensen kunnen een leuke sfeer brengen, verlichting bij het werk.
- Positief gevoel om mensen op te leiden, met name jongeren die verder niet veel kansen hebben/krijgen.

Biedt doorgroeimogelijkheden voor vaste medewerkers

- Eenvoudiger werk kan door stagiaires worden gedaan en dat biedt doorgroeimogelijkheden voor vaste medewerkers.
- Goed voor de doorstroom van zittend personeel. Goed om bedrijfskennis over te dragen en gaat de vergrijzing binnen het bedrijf tegen.
- Maatwerk maken. Doorgroeimogelijkheden voor het personeel.
- Verpleegkundigen actief betrekken bij opleiden en ze weer verantwoordelijk maken voor eigen ontwikkeling. Stagiaires zijn dan nu diplomering veel sneller inzetbaar.

Andere argumenten/opmerkingen

- Alleen doen als je zelf heel enthousiast over het vak bent. Leerlingen zijn soms nog niet gemotiveerd, maar door samenwerking en allerlei werkzaamheden laten doen worden ze dat wel.
- Bedrijf moet van binnenuit goed met opleiden bezig zijn. Toetsing voor erkend leerbedrijf is te eenvoudig.
- Bedrijven moeten zelf uitmaken of ze leerbedrijf kunnen zijn (interne audit?), want als men het niet wil wordt het ook niks.
Dat moet je voelen. Als je het niet voelt, dan past het niet binnen je bedrijfscultuur.
- Dat moet je zelf willen als bedrijf; je hoeft anderen niet te overtuigen.
- Gemotiveerd personeel.
- Hangt af van het bedrijf
- Het gaat zich verbeteren, maar als bedrijf moet je wel actief meedoen, niet achterover leunen.
- Het kost veel tijd en geld, maar je moet er de voordelen van zien.
- Het levert een win-win-situatie op.
- Het lijkt een investering maar na enkele jaren heb je er voordeel van. Niet zomaar doen anders wordt het niets.
- Het mes moet aan twee kanten snijden, je stopt tijd erin maar na een tijdje moet het wel wat opleveren.
- Het mes snijdt aan meerdere kanten. Extra handjes, nieuwe kennis en potentiële nieuwe medewerkers.
- Ik overtuig liever niemand.
- Je kunt het gebruiken als marketingtool.
- Je moet er het belang van inzien en in de cultuur van het bedrijf verankeren.
- Naamsbekendheid. Het is een lange weg maar uiteindelijk haal je er wat uit. Goede vakmensen voor de toekomst.
- Opleiden is belangrijk, ook voor vast personeel.
- WVA-wet voor Mbo-opleidingen.
- Zou andere bedrijven uitnodigen in de winkel en laten kijken naar multifunctioneel personeel. Laten zien wat er met de ideeën van nieuwe mensen gedaan wordt. Stagiaires moeten elke week iets bedenken wat leuk is voor de klanten. Personeel vindt het fantastisch.

Bijlage 5

Voorbeelden Imagoverbetering

Andere beeldvorming

- Als stagiaires eenmaal bijvoedingsbedrijf werken, merken ze dat het idee (oubollig imago) dat ze hebben niet klopt en ze blijven meestal.
- Imagoverbetering naar de school toe.
- Imagoverbetering onder jongeren.
- Intern worden mensen op de werkvloer enthousiast. Extern zie je een imagoverandering naar Kenniscentrum.
- Leerlingen vinden het niet meer zo heel erg om stage te lopen bij Wibra.
- Krijgen meer open sollicitaties. Ook beter bekend bij uitzendbureaus. Naamsbekendheid.
- Bij sollicitaties wordt het vaak genoemd.
- Leerlingen melden zich steeds eerder aan omdat de leraren positief zijn over het bedrijf.
- Meer stagiaires melden zich aan.
- Mensen komen terug, ze kennen je.
- Mensen noemen het tijdens sollicitatiegesprekken (imago).
- O.a. ouders vinden het plezierig dat kinderen naar goed leerbedrijf gaan. Staan sowieso bekend als leerbedrijf (zijn al verder dan de kwalificatie).
- Onder studenten veel meer animo om stage te lopen bij Ikea.
- Onze partners zijn er erg blij mee, het geeft ook extra impuls aan de samenwerking.
- Ouders vinden het belangrijk dat het leerbedrijf erkend is.
- Ouders zeggen dat de kinderen naar Vredestein moeten gaan voor een goede opleiding.
- Staan nu bekend als vlot bedrijf.
- Stagiair van een zmlk-school. Leerkrachten worden hierdoor geïnspireerd om ook voor deze leerlingen meer praktijkadressen te zoeken vanwege het positieve effect.
- Stagiaires maken onbewust PR.
- Toegankelijkheid is vergroot.
- Veel open sollicitaties van zowel stagiaires als vaste werknemers.

Waardering

- Aannemers geven regelmatig commentaar dat ze vinden dat het heel goed is dat het bedrijf leerlingen zelf opleidt.
- Eigenaar koketteert met het feit dat hij personeel zelf opgeleid heeft en nieuwe dingen van de grond heeft gekregen (ketenintegratie). Geeft een betrouwbaar beeld naar klanten.
- Genomineerd zijn heeft positieve reacties opgeleverd en extra werk.
- Het geeft je een bepaalde status als bedrijf.
- Klanten waarderen het als je met jonge potentiële stukadoors aan komt.
- Klanten waarderen het dat je leerlingen opleidt.
- Mensen vinden het positief, maar willen als klant niet door stagiaires geholpen worden.
- Positief effect in de winkel en richting de branche. De prijs heeft daar ook aan bijgedragen.
- Posters in de winkel nav verkiezing beste leerbedrijf en reacties van klanten vragen.
- Wordt door mensen positiever benaderd.
- De nominatie heeft nieuws opgeleverd in de regio.

Extern gevraagd

- Prijs Beste leerbedrijf leidt tot verzoeken van landelijke organisaties die kennis willen over opstarten opleiding en vormgeving onderwijs.
- Door de kwalificatie is er een balletje gaan rollen voor andere Kenniscentra. O.a. gecertificeerd voor ECABO (zakelijke dienstverlening), KENWERK (horeca) en KENTEQ (technisch).
- Je wordt eerder gevraagd om stagiaires aan te willen nemen. Nominatie heeft daarbij geholpen.
- Meer aanvragen van scholen om lezingen te geven.
- ROC's vragen om rondleidingen te verzorgen op het bedrijf voor de leerlingen.
- Uit het hele land komen scholen en gemeentes kijken naar hoe het in Rotterdam georganiseerd is.
- Uitbreiding naar andere gemeente.
- Veel gemeenten bellen voor informatie over het stagebeleid van de gemeente Nijmegen.
- Wordt gevraagd als gastspreker of als examinator.

Verbetering bedrijf

- Eigen mbo-academie gestart in 2010.
- Het is een proces naar meer kwaliteitsverbetering binnen het bedrijf.
- Reacties van andere vestigingen.
- Ze hebben de leermeester van het jaar in dienst, dus het is makkelijk om aan leerlingen te komen.

Nieuw klanten

- Jonge mensen kopen nu meer bij ons.
- Meer jonge bezoekers en vraag naar stage is toegenomen.

Bijlage 6

Voorbeeld Maatschappelijk verantwoord ondernemen

Waardering

- Als stagiaires meegaan naar klanten, wordt men er op aangesproken.
- Dierenarts geeft aan de leerlingen aan dat ze op een goed bedrijf werken, waar op een prettige manier met zowel dieren als stagiaires wordt omgegaan.
- Door de nominatie veel positieve aandacht gehad in de media, waarin het maatschappelijk verantwoord ondernemen vaak naar voren kwam.
- Er wordt gezegd: "Jullie zijn een voorbeeld voor de branche".
- Genomineerd door de gemeente voor 'Barendrecht Bruist'.
- Hebben ook leerlingen uit het bijzonder onderwijs. Oorspronkelijk werd daar door klanten huiverig op gereageerd. Nu de klanten zien dat deze leerlingen op hun eigen niveau met veel plezier nuttig en noodzakelijk werk doen, zijn ze daar heel positief over.
- Hoort terug dat ze maatschappelijk verantwoord ondernemen tijdens de presentaties die de storemanager geeft.
- Horen ze terug van begeleiders op school.
- Klanten praten met stagiaires. Mensen zeiden dat ze eerst niet wisten van maatschappelijk verantwoord ondernemen, maar nu ze het weten vinden ze het leuk.
- Klanten vinden het goed als je jonge mensen een kans wilt geven om praktijkervaring op te doen.
- Klanten vinden het leuk dat je als bedrijf stagiaires hebt.
- Men kijkt positief naar ons.
- Mensen noemen bij sollicitatie dat we een goed leerbedrijf zijn.
- Mensen vinden het mooi dat je jongeren een kans wilt geven.
- Mensen vinden het positief dat we leerbedrijf zijn.
- Mensen zien dat je begaan bent met duurzaam ontwikkelen en dat is commercieel interessant.
- Mensen zien dat je jongeren ook een kans geeft. Mc Gregor doet ook aan "groene"kleding. Krijgen positief commentaar van klanten.
- Ondernemersprijs gewonnen mede door opleidingsbeleid van de school.
- Ouders van stagiair hebben dat tegen hen gezegd, dat ze goed werk verrichten in dat opzicht.
- Positieve feedback van klanten ten aanzien van het in huis hebben van stagiaires.
- Positieve reacties van zakelijke relaties.
- Reacties van relaties.
- Stagiaires moeten aangeven bij klanten dat ze stage lopen en daar komt vaak positief commentaar op.
- Via via wordt er gesproken dat het zo positief is wat we doen, nav aandacht in de media.
- Vooral binnen de opleidingen zo gezien.
- Waardering van buitenaf hierdoor.
- Waardering van klanten, die zeggen vaak: "goed dat je ze nog een extra kans geeft".
- We denken verder en dat vinden de klanten fijn.
- We horen terug dat we maatschappelijk verantwoord ondernemen.

Extern gevraagd

- Aanvragen van rondleidingen en workshops geven.
- Als gesprekspartner van gemeente Sittard en Calibris branche-organisaties.
- Andere ziekenhuizen komen vragen hoe leerbedrijf is opgezet.
- Er zijn medebakkers die dat niet zijn. Worden zo eerder benaderd (door school) en kunnen ook invloed uitoefenen op de opleiding.
- Gevraagd als sectorraadlid en examinerator voor het mbo.
- Krijgen veel aanvragen voor medewerking aan projecten en veel werkbezoeken.
- Lezingen gegeven over leer-werktrajecten.

- Lid MVO 013 (club bedrijven) bezocht hen omdat ze leerbedrijf zijn.
- Meer uitnodigingen voor werkgroepen MKB of lezingen.
- Veel aanvragen ook voor maatschappelijke stage voor moeilijke doelgroepen als gehandicapten.
- Veel aanvragen voor gastlessen, workshops etc.
- Als winnaar veel publiciteit en krijgen daarmee de 'moeilijke gevallen' (crimineel verleden).
- Veel verzoeken van reïntegratiebedrijven en scholen.
- Veel vragen van andere winkels hoe om te gaan met leerlingen.
- We zijn een voorbeeld binnen de gemeente.
- Worden benaderd door andere bedrijven die ervan willen leren.
- Worden benaderd voor projecten door bijv. mobiliteitsmanagement, klimaatfonds.
- Worden vaak gevraagd deel te nemen aan allerlei maatschappelijke activiteiten in de regio.
- Zowel ROC als Hbo vragen om medewerkers van DAS om mee te doen aan assessments, geven van gastlessen en deelname in adviesraad.

Extra pluspunt

- Bij aanbestedingen speelt het vaak een rol. We hebben dan een streepje voor.
- Grote opdrachtgevers vind maatschappelijk verantwoord ondernemen belangrijk en dan kom je eerder in aanmerking voor een opdracht.
- Grotere opdrachtgevers zijn op zoek naar bedrijven die leerbedrijf zijn, omdat het soms vereist is bij het afgeven van een offerte. We worden nu vaker gevraagd.
- Doelstelling van het bedrijf is maatschappelijk verantwoord ondernemen. Het opleiden van stagiairs voegt daar nog wat aan toe.
- Door grotere afnemers wordt er gevraagd naar wat er aan maatschappelijk verantwoord ondernemen wordt gedaan.
- Door projecten buiten de organisatie te doen in de wijk, zien veel huurders dat we met stagiaires waren en hierdoor zijn extra voorzieningen mogelijk (winkel).
- Er zijn opdrachtgevers zoals onderwijsinstellingen die alleen met je willen werken als je stagiaires in dienst hebt (schilder).

Eigen beleid

- Dit dragen we als bedrijf uit.
- Bovag-certificering ontvangen voor duurzaam ondernemen.
- Businessclub.
- Doen ook allerlei maatschappelijke projecten via stichting "Meer dan voetbal" , dus het effect is moeilijk te scheiden.
- Doorlopende leerlijn: BBL-er krijgt bij goed verloop de kans op HBO-duaal op hun kosten te mogen doen.
- We worden al gezien als een bedrijf met meer maatschappelijke verantwoording (ook ISO gecertificeerd).
- Gebruiken bijv. gecertificeerd hout. Mensen zien dat ze ook met leerlingen bewust bezig zijn.
- Legt zelf de nadruk op duurzaamheid en milieu en draagt dit uit naar andere (internationale) klanten.
- Profileren als lerende organisatie.
- Sneller een FSC-keurmerk.
- Sociale functie.
- Sowieso maatschappelijk doel als organisatie. Iedereen kan hier terecht voor stage.
- Wij hebben een gunfactor en dat geeft een goede naam.
- You Tube filmpje gemaakt.