



# Arbeidsmarkt- onderzoek 2019-2020

**Welke impact heeft de krapte op de arbeidsmarkt en de Wet Arbeid in Balans (WAB) op klantcontactorganisaties? In hoeverre beïnvloedt dit de klantcontactstrategie en het voorgenomen personeelsbeleid? Dit en meer is onderzocht voor het Arbeidsmarktonderzoek 2019-2020.**

Noot: dit artikel beslaat slechts een deel van het Arbeidsmarktonderzoek 2019-2020. Voor alle resultaten, inzichten en conclusies, download hier de whitepaper:

[Customerfirst.nl/arbeidsmarktonderzoek](https://customerfirst.nl/arbeidsmarktonderzoek)

Het arbeidsmarktonderzoek van Inspire Sourcing Solutions (Inspire), dat gehouden is in samenwerking met CustomerFirst, richt zich in de basis op de ervaringen, visie, strategie en besluitvorming van klantcontactprofessionals op actuele vraagstukken binnen de sector. Voor deelname aan deze editie van het onderzoek zijn ruim 325 HR- of klantcontactprofessionals benaderd, die verantwoordelijk zijn (of nauw betrokken) bij het personeelsbeleid binnen een

klantcontactorganisatie. De respondenten zijn veelal actief in intensief klantcontactgedreven sectoren, zoals finance, retail, telecom & internet, zorg en zakelijke dienstverlening.

### Arbeidsontwikkeling

Elk kwartaal publiceert het Centraal Bureau voor de Statistiek werkgelegenheidscijfers in Nederland. Het UWV voerde hier recent een verdieppingsanalyse op uit, gericht op de klantcontactsector. Ook in ons onderzoek wordt stilgestaan bij deze cijfers.

Ten opzichte van het tweede kwartaal van 2019 nam het aantal werkenden toe met 25.000. In het derde kwartaal van dit jaar hadden circa 9 miljoen mensen hierdoor betaald werk. Dat is bijna 7 op de 10 Nederlanders van 15 tot 75 jaar. Ruim 1,9 miljoen werknemers hebben een flexibele arbeidsrelatie, dit is circa 21% van het totaal aantal werkenden. Hier bovenop komen nog 1,5 miljoen zelfstandigen/zzp'ers, waardoor het totaal aantal flexibele werknemers uitkomt op 33,8%. Ter vergelijking: in 2009 was dit 27,4%. In 10 jaar tijd is het aantal flexwerkers hierdoor gestegen met 6,4%.

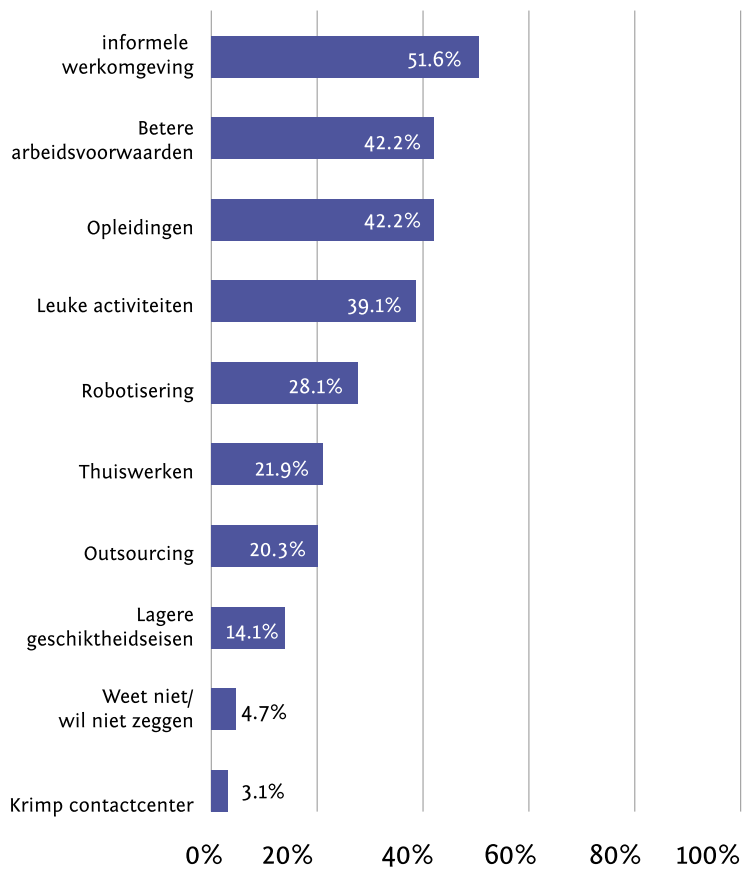
In het derde kwartaal van 2019 waren er 5,6 miljoen werknemers met een vaste arbeidsrelatie, 213.000 meer dan een jaar eerder. Sinds enkele jaren neemt het aantal werknemers met een vaste baan weer toe, maar die hoeveelheid is nog wel lager dan voor de economische crisis. Het aantal werknemers met een flexibele arbeidsrelatie groeide in dezelfde periode vrijwel voortdurend, maar deze toename stagneerde in de loop van dit jaar. (Bron: CBS)

### Grove schatting

Volgens het CBS bedraagt het aantal medewerkers in klantcontact 154.000 mensen (= circa 2% van de totale beroepsbevolking). Het getal van '150.000' circuleert echter al enkele jaren rond op internet en in verschillende media en artikelen; wij zijn van mening dat dit getal geen betrouwbare weergave is van de werkelijkheid. Zodoende hebben wij persoonlijk contact gehad met zowel het CBS als het UWV: beide partijen erkennen dat hier gaat om een grove schatting, zonder betrouwbare (sluitende) databron.

In haar schatting beroept het CBS zich op gegevens over de arbeidsrelatie van werknemers die voortkomen uit de Enquête beroepsbevolking (EBB). De instantie beschikt daarnaast ook over een andere bron, namelijk de Statistiek werkgelegenheid en lonen (SWL). De SWL is gebaseerd op gegevens over banen en lonen van het UWV en de Belastingdienst. Van hieruit worden databronnen gemaakt, maar deze zijn niet specifiek en exact genoeg om een goede analyse te maken op het aantal klantcontactmedewerkers in Nederland. Zo worden de door het CBS verzamelde data onderverdeeld in zogenaamde 'beroepenclassificaties'. In de analyse van deze instantie is er getoetst op vier categorieën, te weten

## Welke acties zet uw organisatie uit als antwoord op de arbeidskrapte?

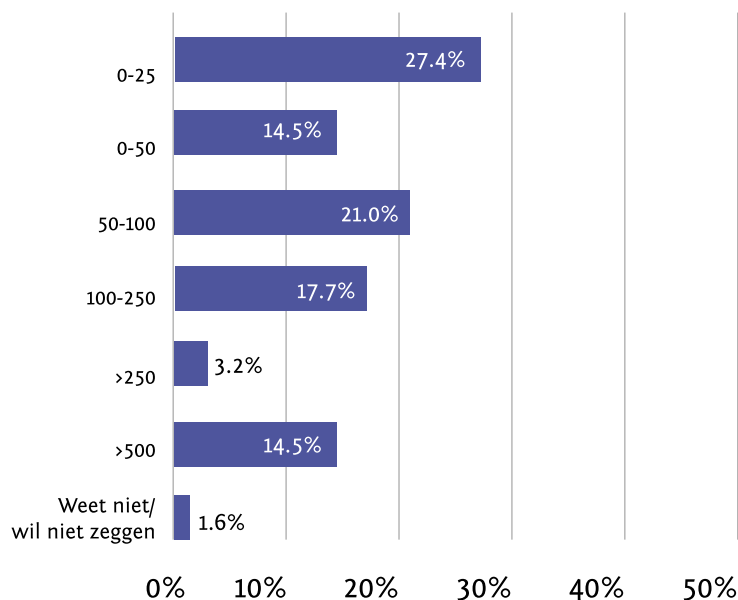


Callcentermedewerkers, Telefonisten, Informatieverstrekkers en Televerkopers. Probleem hierbij is dat er geen eenduidige officiële definitie bestaat welke beroepen nu precies onder klantcontact vallen. De betreffende bronnen zijn hierdoor niet gedetailleerd genoeg en sluiten hiermee onvoldoende aan op de ontwikkelingen in de markt. Veel vermoedelijke klantcontactfuncties worden hierdoor buiten beschouwing gelaten of zijn niet inzichtelijk.

### Registratie-issues

Het aantal medewerkers dat op een klantcontactafdeling werkt per organisatie, wordt nergens officieel bijgehouden. Daarnaast wordt het aantal bedrijven dat beschikt over een eigen contactcenter nergens officieel geregistreerd,

## Wat is de omvang van uw contactcenterorganisatie in medewerkers?



met uitzondering van bedrijven die zich bij de Kamer van Koophandel hebben geregistreerd onder SBI code (branchecode) 8220 – Callcenter. Op dit moment staan er bij de Kamer van Koophandel 995 bedrijven ingeschreven onder deze code. (Bron: KvK)

Elke inschrijving is gekoppeld aan een minimaal aantal werknemers (een bandbreedtemodel). Vermenigvuldigd je de aantallen hiervan met de hoeveelheid geregistreerde callcenterbedrijven, dan kom je al op meer klantcontactwerknemers uit dan de grove schatting van het CBS, namelijk tussen de 165.000 en >225.000 medewerkers. Hier moeten de werknemers van de niet-officiële klantcontactorganisaties dan nog bij worden opgeteld! Natuurlijk plaatsen we ook hier de kanttekening dat cijfers vanuit de Kamer van Koophandel niet sluitend zijn.

77% van de 995 geregistreerde callcenters zijn klein zelfstandigen (zzpers), waardoor er 231 bedrijven overblijven (23%) die het afhandelen van klantcontact als bedrijfsactiviteit hebben. Hierbij kun je denken aan facilitaire contactcenters of inhouse contactcenters. Van deze 231 bedrijven zijn er slechts 32 (3,21%) met meer dan 500 medewerkers.

Deze groep van 32 contactcenters kunnen worden aangemerkt als de grotere en officieel geregistreerde contactcenterorganisaties, die veelal toonaangevend zijn in de klantcontactsector. Althans, van de officieel geregistreerde contactcenterorganisaties dus. Veel inhouse contactcenters van bijvoorbeeld retailers, zorgverzekeraars, gemeentes

of incassobureaus staan namelijk niet als contactcenter geregistreerd. Hiermee vallen een enorme hoeveelheid aan klantcontactorganisaties uit beeld, die zodoende niet meetbaar zijn.

### Nieuw en nader onderzoek nodig

Om een exacter beeld te krijgen van het aantal klantcontactmedewerkers in Nederland, is nieuw onderzoek nodig en met een andere invalshoek. Allereerst is er een duidelijke definitie van klantcontactberoepen nodig. Iedereen snapt dat een functie van callcentermedewerker bij een geregistreerd callcenter tot de klantcontactberoepen hoort. Maar hoe zit met de medewerker op een patiëntendesk in het ziekenhuis of zorginstelling? Of de medewerker Frontoffice of medewerker Servicedesk bij een groot makelaarskantoor, gemeente, automotivebedrijf, incassobureau of ICT-dienstverlener? Veelal zijn dit immers gewoon klantcontactmedewerkers die dagelijks via de telefoon, e-mail of chat klanten te woord staan en ook worden aangestuurd op klantcontact-KPI's als NPS, afhandeltijden en servicelevels.

Naast een heldere en marktgedragen definitie van klantcontactberoepen, is er ook daarom een analyse nodig van het aantal mogelijke medewerkers die in deze beroepen werkzaam zijn. Kijkend naar een overzicht van het CBS uit 2018, waarin banen worden afgezet tegen sectoren (2019 nog niet voorhanden), dan zien we alleen al dat in de sectoren Zakelijke dienstverlening, Handel, Cultuur & Recreatie, Financiële dienstverlening, Verhuur handel & onroerend goed en Energievoorziening bijna 3,7 miljoen mensen werkzaam zijn. Dit zijn sectoren waarbij je mag veronderstellen dat hier veelvuldig wordt gewerkt met een vorm van contactcenter-, frontoffice- en/of servicedeskactiviteiten. Bij een benadering dat slechts 10% van deze werknemers werkzaam is in een klantcontactfunctie (medewerker klantenservice, -frontoffice, -servicedesk, -debiteurenbeheer, -receptie, et cetera), dan kom je al op 370.000 werknemers uit, ruim 68% hoger dan de huidige raming van 154.000.

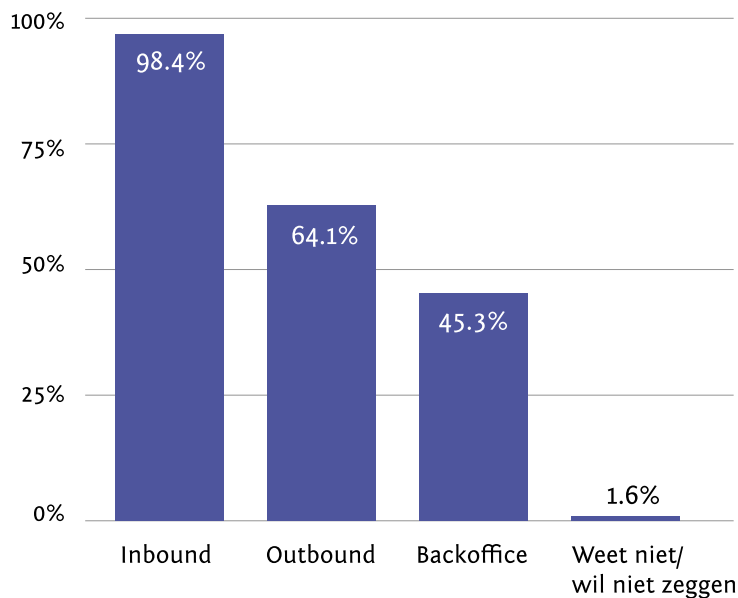
Kortom: er zijn veel onduidelijkheden over dit onderwerp en het ontbreekt (nog) aan veel data. Daarom gaan wij nu met verschillende data-experts proberen een beter beeld te krijgen over het aantal medewerkers in klantcontact en volgens een nieuwe meetmethode. De resultaten hiervan zijn te lezen in ons volgende Arbeidsmarktonderzoek.

### Vacatureontwikkeling in Nederland

Sinds het tweede kwartaal van 2017 is er volgens het CBS en UWV sprake van een krappe arbeidsmarkt voor klantcontactberoepen. Deze krapte nam in 2018 en 2019 verder toe. Net als bij andere vacaturegroepen loopt de zogenaamde UWV Spanningsindicator richting 'zeer krap'. Ook in ons onderzoek zien we dat onze respondenten een krapte ervaren, alleen zijn er verschillen tussen grote en kleine klantcontactorganisaties.

Volgens de uitkeringsinstantie is er in arbeidsmarktregio's rond steden als Amsterdam, Utrecht en Amersfoort al langere tijd sprake van een zeer krappe arbeidsmarkt voor

## Welk type klantcontact voert uw organisatie uit? (meerdere antwoorden mogelijk)



## Er is een duidelijke definitie van klantcontactberoepen nodig

klantcontactberoepen. Daar zijn nu zes regio's bijgekomen: Holland Rijnland, Zuid-Holland Centraal, Haaglanden, FoodValley, Rivierenland en Noordoost-B.

Volgend jaar groeit de economie in Nederland met 1,4% (aldus het CBS); dat is 0,4% minder dan in 2019. De werkloosheid blijft hiermee in 2020 nog steeds uitzonderlijk laag. Bij monde van het UWV loopt de werkloosheid aankomend jaar iets op naar 370.000, wat neerkomt op een werkloosheidspercentage van 4%. Dit lost het probleem van de krapte op de arbeidsmarkt niet op, maar de druk neemt wel iets af. Voor de meeste werkgevers blijft het dan ook uitdagend om goed personeel te vinden en te behouden in 2020.

### Impact op de klantcontactsector

Wat zijn de gevolgen en welke acties zet men uit in reactie op de krapte op de arbeidsmarkt? We vroegen het onze respondenten. Bijna 55% zei hierop niet de juiste doelgroep medewerkers binnen te krijgen. Ook is de doorlooptijd van de werving met bijna 38% gestegen en staan doelstellingen onder druk, terwijl 25% van de ondervraagden behoefte heeft aan meer opleiding om medewerkers op het juiste niveau te krijgen.

Verder stelt ruim 15% dat er een noodzaak voor outsourcing is als gevolg van de krappe arbeidsmarkt. Slechts 6% geeft aan dat een stijging van het loon een direct gevolg is. Het laatste vinden wij een opvallend detail, zeker gezien de langdurige discussie in Nederland over de relatief lage lonen in de klantcontactsector.

Gevraagd naar de acties die de respondenten uitzetten in reactie op de arbeidskrapte, dan wordt de lijst aangevoerd door het creëren van een betere of informele werkomgeving (51% geeft aan hier mee bezig te zijn). Ook betere arbeidsvoorwaarden en het verzorgen van meer opleidingen (beide 42%) zitten in de top 3 van de meest genoemde acties. Opvallend in deze 'actielijst' is dat er voornamelijk wordt gekeken naar de **menselijke** aspecten (werkomgeving en welzijn van de medewerker): het creëren van een informele werkomgeving in combinatie met betere arbeidsvoorwaarden, leuke activiteiten en thuiswerken zijn de meest genoemde acties. De **technische** aspecten als antwoord op de arbeidskrapte, zoals robotisering (het automatiseren van klantcontactprocessen, waardoor minder medewerkers nodig zijn) en outsourcing, worden aanzienlijk minder genoemd als voorgenomen actie.

### Wet Arbeid in Balans (WAB)

Op 1 januari 2020 treedt de Wet Arbeid in Balans in werking. Doel van de regering hiermee is om de kloof tussen vaste contracten en flexibele contracten te verkleinen. Flexwerkers krijgen hierbij meer zekerheid en voor werkgevers wordt het aantrekkelijker een vast contract aan te bieden.

Gevraagd in hoeverre onze respondenten op de hoogte zijn van de WAB, antwoordde 50% goed tot uitstekend. 34% gaf aan voldoende kennis te bezitten op dit vlak, en 14% 'matig'. Slechts 1,6% gaf aan helemaal niet op de hoogte te zijn. Daarnaast zegt 42% van de respondenten door de Wet Arbeid in Balans meer vaste contracten te willen aanbieden en minder gebruik te gaan maken van uitzendorganisaties. Echter, 50% van de respondenten geeft aan dit juist niet te doen en ook niet minder gebruik te maken van uitzenden. Bijna 8% weet het niet of wil dit niet zeggen.

Als we vragen naar de beweegredenen om gebruik te blijven maken van uitzendbureaus, dan zien we dat het behoud van flexibiliteit met 60% de grootste drijfveer is, gevolgd door het bereik op de gewenste doelgroep met 36% (hiermee wordt bedoeld dat vacatures met behulp van uitzendbureaus een groter publiek bereiken) en als derde motief de arbeidsexpertise. De uitbesteding van het verzuimrisico en recruitmentprocessen zijn samen goed voor 40% van de beweegredenen.