

tempo-team



Logistics Labour Survey 2011

Het grote arbeidsmarktonderzoek in de logistieke sector

uitzenden | professionals | inhouse services | employability | payrolling | outsourcing

tempo-team



Voorwoord

Hierbij presenteren wij u het Logistics Labour Survey 2011. Dit rapport maakt deel uit van de activiteiten die Tempo-Team ontplooit om trends en ontwikkelingen in de logistieke sector te signaleren en te doorgronden. Die informatie delen wij graag met onze relaties en we gebruiken deze tegelijk om onze logistieke dienstverlening te optimaliseren, passend bij de behoefte op de arbeidsmarkt.

In het eerste kwartaal van 2011 bleven de financiële resultaten van enkele grote logistieke ondernemingen gemiddeld achter bij de verwachting. Waren de verwachtingen na het dynamische herstel in 2010 wellicht te hooggespannen? Het herstel dat in het Logistics Labour Survey (LLS) 2010 was geprognosticeerd, leidde wel tot een fors aantal nieuwe vacatures binnen de sector. In deze editie leest u dat de verwachte groei er op dit vlak nog lang niet uit is.

Stond vorig jaar nog de invloed van de economische recessie op de logistieke arbeidsmarkt centraal, in 2011 ligt de

focus op een onderwerp dat ons na aan hart ligt: passie voor het vak. Zowel bij werknemers als werkgevers in de logistiek. Het viel ons op dat de klanten van succesvolle logistieke bedrijven die we de afgelopen jaren spraken, overwegend aangeven dat hun dienstverlener vaak een paar stappen harder voor hen loopt. Logistiek is en blijft nu eenmaal mensenwerk. Het draait allemaal om een stipte en complete dienstverlening, een betrouwbare bezorging en een correcte afhandeling.

De houding en motivatie van de medewerkers is uiteindelijk bepalend voor de kwaliteit van de dienstverlening en uw klant rekent u daarop af. Kwaliteit vraagt om mensen met passie. Betrokkenheid van de medewerker zorgt ervoor dat u slaagt in uw logistieke strategie en marktbenadering. Daarom besteden we in het LLS 2011 extra aandacht aan het motiveren van mensen. Hoe maak je hen enthousiast voor het vak en hoe zorg je ervoor dat ze dat ook blijven? In een alsmaar krappere wordende arbeidsmarkt kan het imago van de logistiek nog best

een oppepper gebruiken, ondanks waardevolle initiatieven van 'Nederland is Logistiek' en Transport en Logistiek Nederland. Het Logistics Labour Survey 2011 is een prima hulpmiddel om uw organisatie te benchmarken, waarbij u uw voordeel doet met de conclusies. Hiermee leveren wij graag een bijdrage aan de professionaliteit van arbeid binnen deze voor Nederland zo belangrijke bedrijfstak. Want logistiek is en blijft mensenwerk.

Ton Peters

Commercieel Branchemanager Logistiek

Inhoud

1. Op zoek naar passie in de logistiek	3
2. Functies geënquêteerde werknemers en werkgevers	4
3. Vergrijzing noopt tot creatieve werving & selectie	6
4. Toename van vaste, tijdelijke en flexibele contracten in 2011	8
5. Uitzendbureau scoort het best als extern wervingskanaal	11
6. Passie van de werknemer: uitdaging voor het management	12
7. Passie werkgever vaak gelijk aan die van werknemer	15
8. Waardering arbeidsvoorwaarden blijft achter bij het belang ervan	18
9. Werkgever ziet belang salaris vooral voor nieuwe medewerker	21
10. Passie voor logistiek leeft en vormt stevig fundament	23



Inleiding: I. Op zoek naar de passie in logistiek

Passie voor het vak van logistiek, hoe staat het daarmee? In deze zevende editie van het Logistics Labour Survey gaan we ernaar op zoek. Hoe ervaren werknemers hun baan in de logistiek, zeker in een sterk veranderende markt? En hoe kunnen logistiek managers passie voor de logistiek stimuleren en faciliteren? In het tweede deel van dit onderzoek proberen wij een antwoord te geven op deze vragen.

Trends in contracten en werving

In het eerste deel brengen we trends in arbeidscontracten en wervingskanalen in kaart. Hierbij komen vragen aan bod als: is het werknemersbestand in de logistiek aan het verouderen en zo ja, wat kunnen we daaraan doen? Willen logistieke bedrijven meer flexibele contracten afsluiten en wat wil de werknemer zelf? Is internet het wervingskanaal van de toekomst of blijven de meer traditionele kanalen leidend? Het LLS 2011 geeft u een goed beeld van wat er in de markt speelt.

Verantwoording

Het Logistics Labour Survey 2011 kwam tot stand door een samenwerkingsverband van Tempo-Team, NDLC en mediapartner Reed Business met EVO, VLM, JLN en 'Nederland is Logistiek'. In totaal vulden 899 mensen uit de logistiek de enquête in, 451 werknemers en 448 werkgevers. De enquête werd online uitgevoerd tot eind maart 2011. TNO team Logistiek heeft de enquêteresultaten geanalyseerd en verwoord in de tabellen die u in deze uitgave aantreft.

>logistiek<



JONG LOGISTIEK NEDERLAND

2. Functies geënquêteerde werknemers en werkgevers

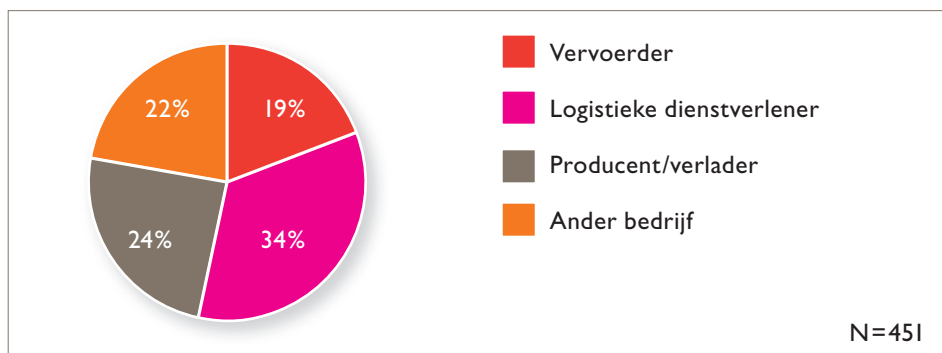
Hoe is de werkbeleving in de logistieke sector? Omdat die voor iedereen persoonlijk is, hielden we voor werkgevers en werknemers aparte enquêtes, met daarin ruimte voor motivatie. De resultaten van beide enquêtes werden vervolgens met elkaar in verband gebracht. De werknemersenquête werd vooral ingevuld door uitzendkrachten.

Meerderheid werknemers is operationeel werkzaam

Van de 451 werknemers die de enquête hebben ingevuld, is de meerderheid (53%) werkzaam in de logistieke dienstverlening. De overige 47% werkt bij productie-bedrijven of andere bedrijven waar ook logistieke activiteiten plaatsvinden.

Van deze werknemers heeft ruim driekwart een functie binnen de logistieke operatie van het bedrijf. De meest voorkomende functies zijn warehousemedewerker, heftruckchauffeur en truck- of bestelwagenchauffeur. Andere genoemde functies zijn die van supervisor en administratief medewerker.

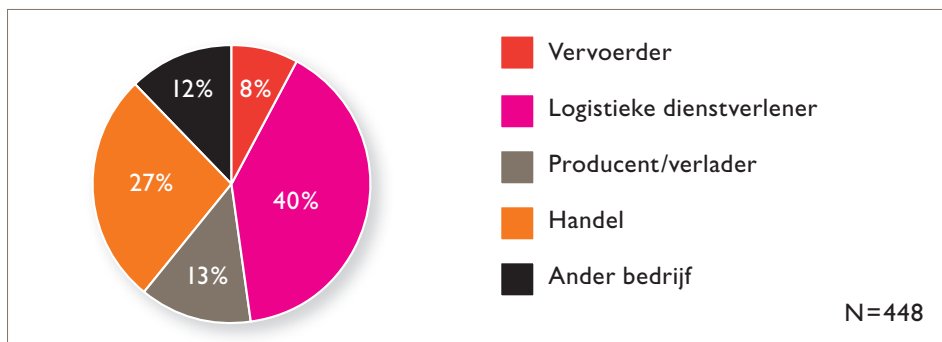
Grafiek 1: waar werken de geënquêteerde werknemers?



Werkgevers: directeur, logistiek manager of HR-manager

Van de 448 geënquêteerde werkgevers is bijna de helft (48%) werkzaam als manager in de logistieke dienstverlening.

Grafiek 2: waar werken de geënquêteerde werkgevers?

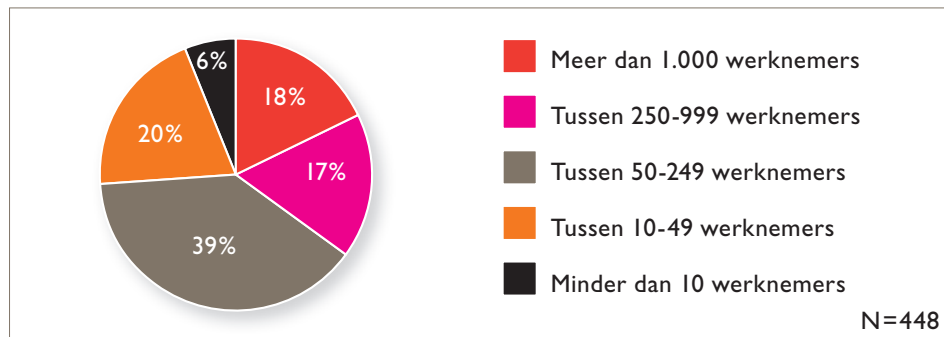


De werkgevers hebben voor het merendeel een functie als logistiek manager (28%), directeur/bedrijfsleider (24%) of hoofd personeelzaken/HR-manager (22%).

Bijna twee derde van de werkgevers is actief binnen het MKB

Bijna twee derde van de geënquêteerde werkgevers is actief binnen het MKB. 17% van hen werkt in een organisatie van 250 tot 1.000 werknemers en 18% bij een bedrijf met meer dan 1.000 werknemers.

Grafiek 3: wat is de bedrijfsgrootte (arbeidsplaatsen) bij werkgevers?



3. Vergrijzing noopt tot creatieve werving & selectie



Nederland vergrijst in rap tempo. Ook de sector Logistiek ontkomt niet aan de gevolgen hiervan. Het rapport Visie 2015 van de brancheorganisaties TLN en EVO spreekt duidelijke taal: binnen vier jaar is er een tekort van maar liefst 55.000 chauffeurs. Een ramp voor de economie?

Uitzendkracht is relatief jong

Onder de geënquêteerde werknemers blijkt nog weinig te merken van de vergrijzing. Bijna een kwart is jonger dan 25 jaar, drie op de vijf is tussen de 25 en 50 en bijna een vijfde deel is ouder. Deze uitkomst is deels te verklaren omdat relatief veel respondenten uitzendkracht zijn. Van hen ligt de gemiddelde leeftijd doorgaans lager dan die van vaste medewerkers in de logistiek. Werkgevers schetsen een iets ander beeld. Volgens hen is 16% jonger dan 25 en een op de vijf vijftigplusser. De grote middengroep van 25 tot 50 jaar schalen zij in op 64%.

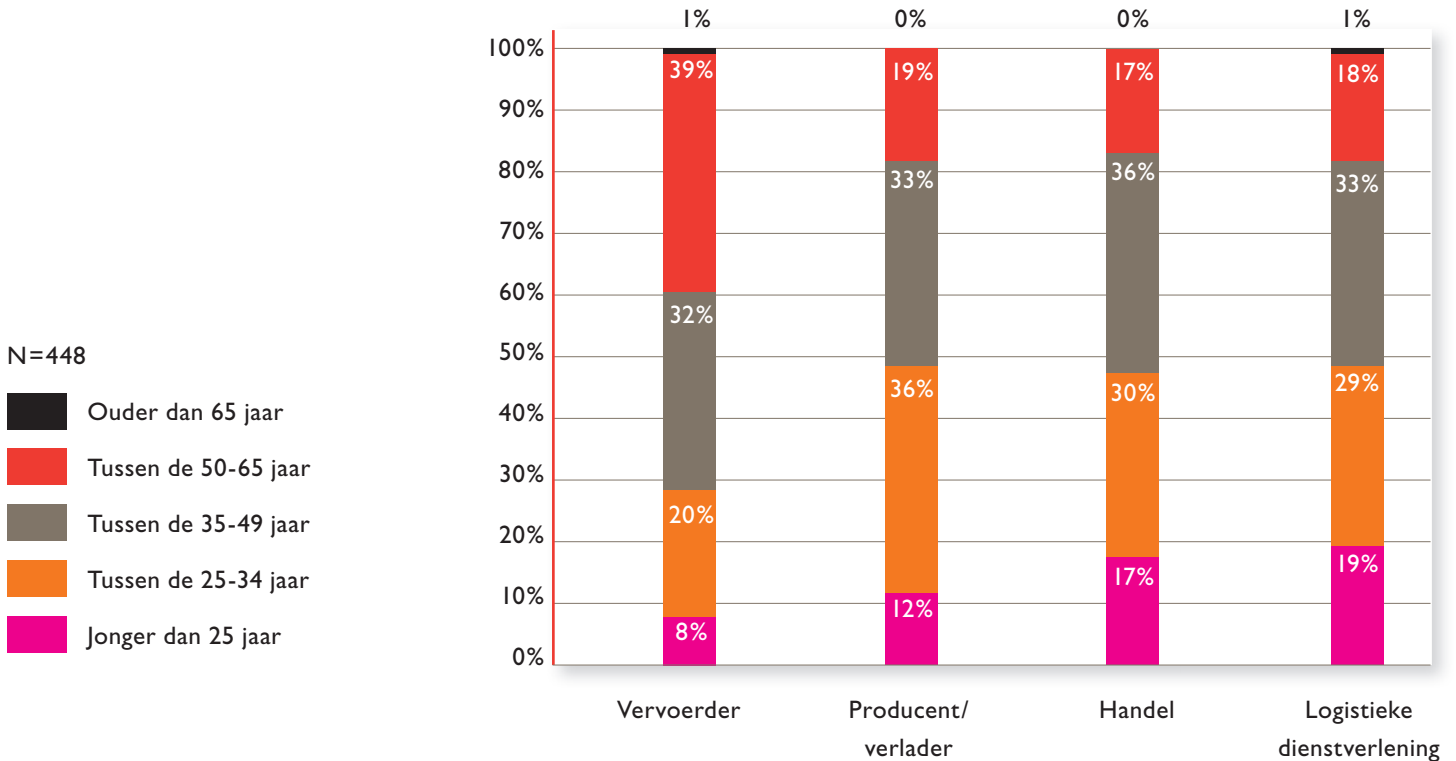
Grijs achter het stuur

Interessanter zijn de verschillen per bedrijfstak. Volgens werkgevers in de transportsector is 40% van de werknemers boven de 50, waarschijnlijk vooral chauffeurs. De vergrijzing zal zich dus naar verwachting als eerste 'achter het stuur' doen gelden. Dit probleem speelt veel minder bij producenten, verladers, (groot)handel en logistieke dienstverleners. In deze sectoren is slechts een vijfde van de werknemers ouder dan 50. Opvallend veel jonge werknemers zijn werkzaam in een warehouse.

Militaire missie

Een krappere arbeidsmarkt vraagt om creatieve werving & selectie en het aanboren van nieuwe instroommogelijkheden. Door de overheidsbezuinigingen van het kabinet Rutte verdwijnen er veel banen bij Defensie. Dit biedt dus nieuwe kansen. TLN werkt bijvoorbeeld samen met het Ministerie van Defensie om ex-militairen te werven voor een baan in de logistiek.

Grafiek 4: leeftijdsopbouw bij bedrijven geënquêteerde werkgevers



Voor de logistieke sector is het dus zaak om de komende jaren vooral in te spelen op de vergrijzing onder chauffeurs. Voor activiteiten in het warehouse is de vergrijzing veel minder een thema.

Wibo Feijen, directeur Steel Logistics Europe

‘Medewerkers in de vervoerssector zijn gemiddeld ouder dan medewerkers bij andere bedrijven in de logistiek. Velen van hen zijn chauffeurs. Zij zijn zo ongeveer ‘getrouwd’ met hun vrachtwagen, dus die gaan echt niet weg.’

4. Toename van vaste, tijdelijke en flexibele contracten in 2011

Als de economische crisis van 2009-2010 werkgevers één ding heeft geleerd, is het de waarde van tijdelijke en flexibele contracten. Daar staat tegenover dat je met vaste contracten werknemers voor de lange termijn aan je organisatie bindt zodat hun kennis en kunde behouden blijven. De vraag is dus gerechtvaardigd wat werknemers en werkgevers zelf het liefst willen en hoe de organisatie hier het best op kan inspelen.

Meerderheid heeft vast contract

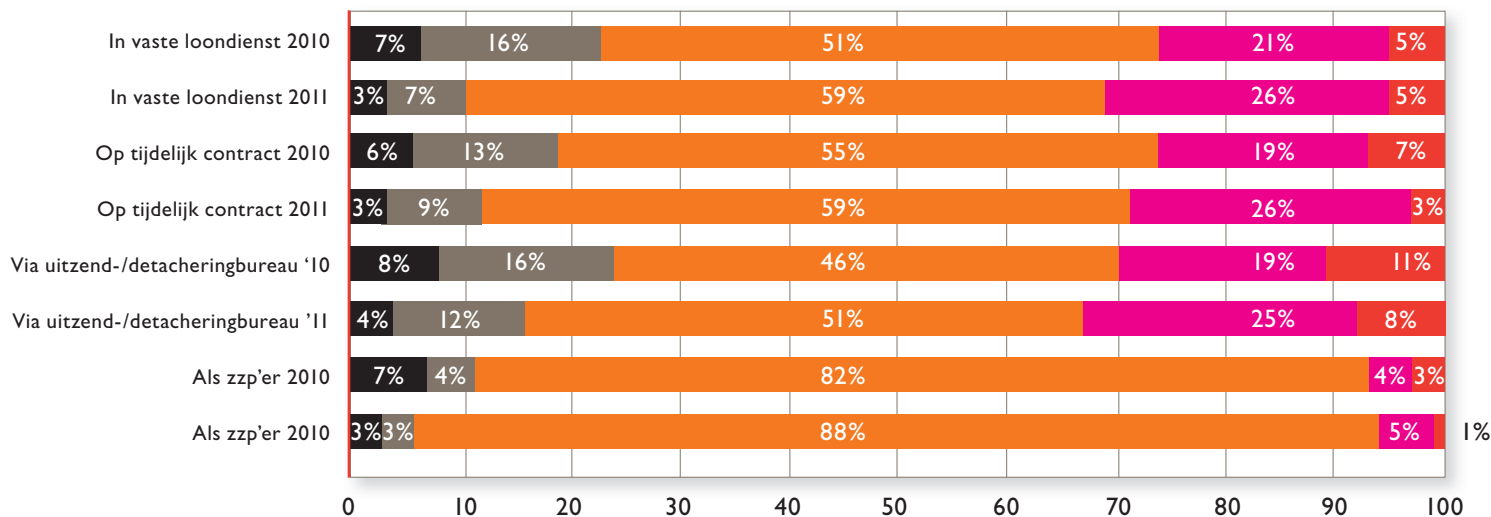
Ruim driekwart van de geënquêteerde werknemers heeft een tijdelijk dienstverband via een uitzend- of detachingsbureau. Omdat dit niet representatief is voor de logistieke sector, vroegen we ook de werkgevers welke contractvormen zij hanteren. De 448 geënquêteerde werkgevers bieden gezamenlijk bijna 120.000 arbeidsplaatsen, waarvan drie op de vijf in vaste loondienst. Daarnaast zijn er tijdelijke contracten (16%), flexwerkers door uitzending of detachering (20%) en een klein aandeel wordt gevormd door de inzet van zzp'ers (3%).

Uitzendkrachten vooral bij logistieke dienstverleners

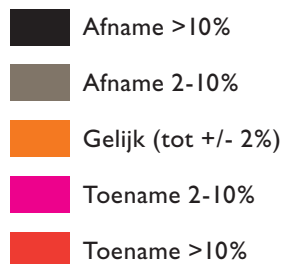
De meeste werkgevers zien deze verhouding als passend voor de huidige situatie. Logistieke dienstverleners leunen zwaarder op de inzet van uitzendkrachten dan producenten en handelspartijen. Die geven vaker de voorkeur aan werknemers met een vast contract. Waren er in 2010 grote verschuivingen in contractvormen en wat zijn de verwachtingen voor 2011? Werkgevers reageerden als volgt:



Grafiek 5: verandering in categorie werknemers met contractsoort 2010 en verwachting 2011



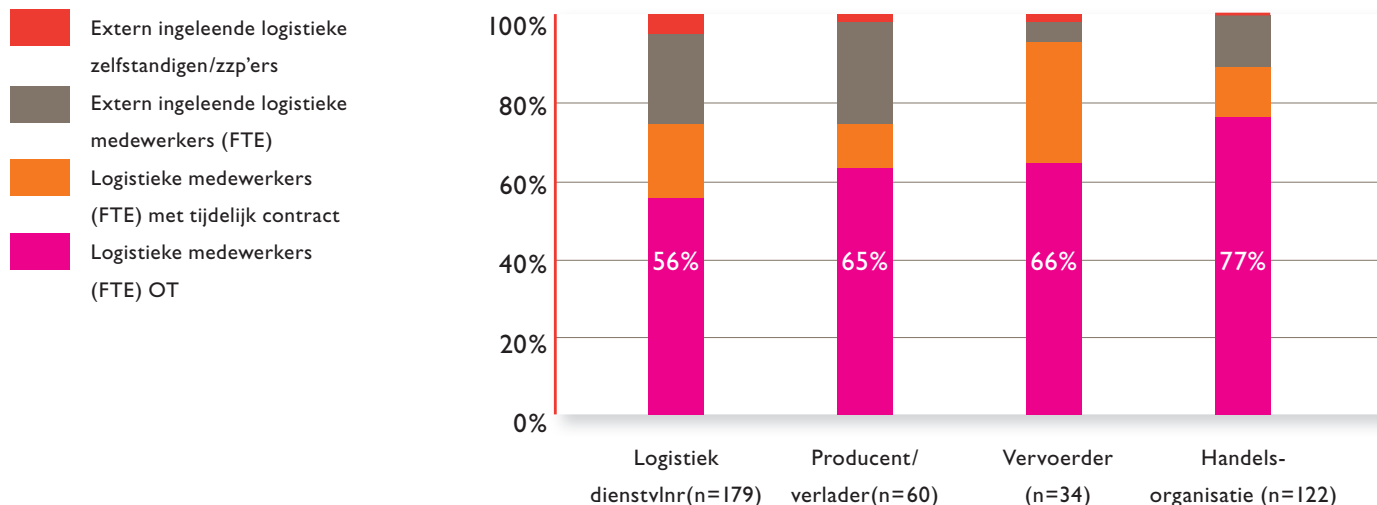
N=448



Meer vacatures

In 2010 bleef bij de helft van de bedrijven het percentage werknemers met een vast contract (61%) gelijk. Bij bijna een kwart van hen was er in 2010 een afname en bij ruim een kwart een toename. Voor 2011 verwachten werkgevers een toename in zowel vaste als tijdelijke contracten. Slechts één op de tien werkgevers verwacht een afname van vaste contracten terwijl bijna een derde een toename voorziet. Voor tijdelijke contracten verwacht 12% een daling en 29% een toename.

Grafiek 6: flexibiliteit logistieke functies



De flexibiliteit in de sector is structureel hoger dan gemiddeld in Nederland. Dit vraagt extra regie op de risico's die met de in- en uitstroom gepaard gaan. Denk hierbij bijvoorbeeld ook aan het behoud van kennis.

Ook meer flexwerkers

Deze stijgende lijn voor 2011 geldt ook voor medewerkers via een uitzend- of detacheringbureau. Bij bijna een derde van de logistieke bedrijven werden in 2010 meer flexwerkers ingezet, bij een kwart van de bedrijven nam hun aantal af. Voor 2011 verwacht één op drie bedrijven meer flexwerkers in te zetten tegenover 16% die een afname voorziet. Voor zzp'ers zijn er minder duidelijke trends waarneembaar en hun aandeel is met een aandeel van 3% gering.

Krapte op de arbeidsmarkt?

Met het aantrekken van de economie in combinatie met vergrijzing, verwachten velen een krapte op de arbeidsmarkt. Delen werkgevers in de logistiek die mening? Het antwoord hierop is niet eensluidend. Ruim een kwart van de geënquêteerde werkgevers ervaart nu al knelpunten of verwacht deze de komende jaren. Meer dan de helft voorziet alleen op langere termijn (over drie jaar en verder) krapte, terwijl 17%, vooral kleinere bedrijven, helemaal geen knelpunten ervaart of verwacht. Klaarblijkelijk zijn er in de logistiek grote verschillen tussen bedrijven in hoe zij de ontwikkelingen op de arbeidsmarkt ervaren.

5. Uitzendbureau scoort het best als extern wervingskanaal

*Werkgevers:
'Uitzendbureaus en
persoonlijk netwerk zijn
het meest effectief voor een
baan in de logistiek'*

Waar moeten bedrijven hun werknemers vandaan halen? Doen zij dit zelf of besteden zij dit uit? Van de geënquêteerde werknemers is twee derde via een uitzendbureau in contact gebracht met het logistieke bedrijf. Een logisch resultaat omdat ruim driekwart van hen als uitzendkracht werkt. Tegelijk geeft het aan dat het uitzendbureau een aantrekkelijk intermediair blijkt voor een baan in de logistiek.

Werving via internet rukt op

9% van de werknemers kreeg de huidige baan via persoonlijke netwerken en 6% solliciteerde op een vacature via internet. Via dit laatste kanaal wordt tweemaal zo vaak gesolliciteerd als op vacatures in kranten en tijdschriften. Ook werkgevers zien in uitzendbureaus en persoonlijke netwerken de meest effectieve manier om in contact te komen met potentiële medewerkers. Zij zien ook meer effect van adverteren op internet dan via gedrukte media. Het gebruik van sociale media als wervingskanaal komt steeds meer op en logistieke werkgevers zullen hier in de toekomst meer aandacht aan moeten besteden. UWV werkbedrijf en re-integratiebureaus scoren veruit het laagst in effectiviteit.

Waardering uitzendbureaus

Voor de waardering van uitzendbureaus als wervingskanaal maakten we onderscheid tussen de diverse categorieën bedrijven in de logistiek. Werkgevers in de logistieke dienstverlening, handel en productie geven het uitzendbureau op een schaal van 1 tot 5 een score tussen de 3,8 en 4,0. In de vervoerssector ligt die score lager (3,2). Dit duidt erop dat deze bedrijven vaker gebruik maken van andere wervingskanalen, zoals persoonlijke netwerken.



6. Passie van de werknemer: uitdaging voor het management

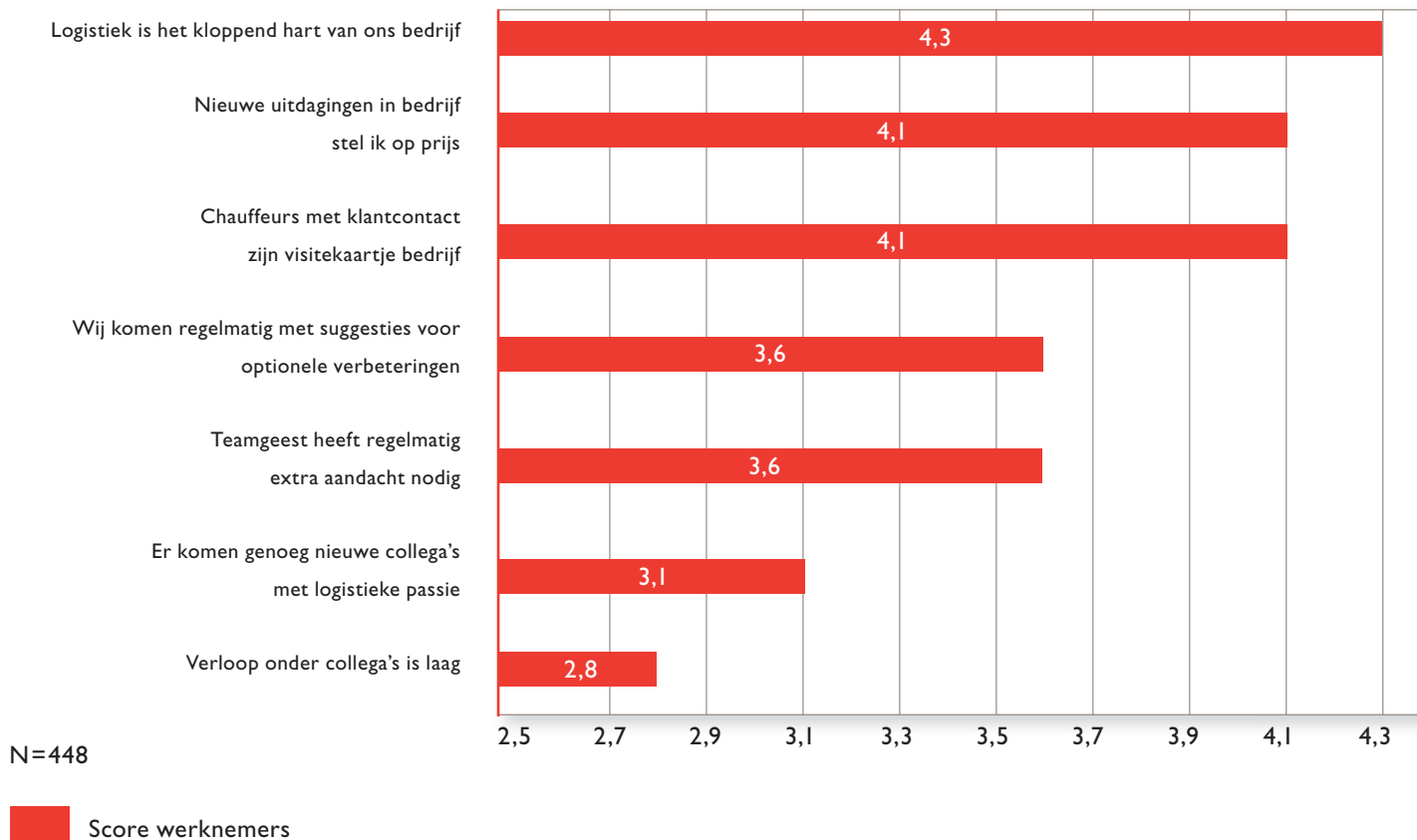


Waar zit bij uw medewerkers de passie voor het logistieke vak? Hoe kunt u die stimuleren en verder uitbouwen? Gemotiveerde werknemers maken uw bedrijf en in de enquête geven zij zelf aan hoe zij dit in de praktijk ervaren. Dat vooral uitzendkrachten de enquête hebben beantwoord, maakt de resultaten extra interessant. Immers, uw uitzendkracht van vandaag is wellicht uw vaste medewerker van morgen. Het Logistics Labour Survey reikt u handvatten aan hoe u passie voor het logistieke vak verder kunt stimuleren.

Passie voor logistiek leeft

Dat de logistiek echt leeft voor de geënquêteerde medewerkers mag blijken uit grafiek 7. De stelling: 'De logistiek is het kloppend hart van ons bedrijf' wordt als hoogste gewaardeerd. Ook staan logistiek medewerkers open voor nieuwe uitdagingen en zien zij chauffeurs met klantcontact als het visitekaartje van het bedrijf. Tegelijk vindt men het personeelsverloop niet laag en lang niet iedereen vindt dat er voldoende instroom is van nieuwe collega's met passie voor het vak. Hier ligt dus een uitdaging voor het logistiek management: hoe bouw ik de aanwezige individuele passie uit naar een positief team- en bedrijfsgevoel?

Grafiek 7: logistieke passie bij werknemers volgens werknemers
(score op schaal 1 (mee oneens) t/m 5 (mee eens))



Werknemers:

'Er is behoorlijk personeelsverloop en de instroom van nieuwe collega's met passie voor het vak kan beter'

Bart Lammers, Teamleider Logistiek en Goederenvervoer (TNO)

'Als je vraagt naar nieuwe uitdagingen, dan valt mij op dat oudere medewerkers daar meer prijs op stellen dan de wat jongere mensen op de werkvloer.'

Harco Eising, Sitemanager, DSV Solutions

'Ik denk dat jonge mensen minder de uitdaging zoeken in de werksfeer, maar veel meer in het leven eromheen. Denk aan verre reizen maken, actief zijn in social networks. Als ze op zoek zijn naar een uitdaging, gaan ze daar zelf wel op af. Zij hoeven geen uitdaging aangereikt te krijgen, oudere medewerkers zitten daar juist wel op te wachten.'

Oudere werknemer zoekt uitdaging

Verschillen in scores per categorie bedrijf zijn er ook. Bijna driekwart van de medewerkers bij logistieke dienstverleners geeft de stelling 'De logistiek is het kloppend hart van ons bedrijf' de maximale score 5. Dat doet ook de helft van de medewerkers van productiebedrijven, terwijl drie op de vijf respondenten in de vervoerssector hetzelfde vinden. Logisch is dat driekwart van de chauffeurs zichzelf als visitekaartje van het bedrijf ziet. Minder dan de helft van de warehousemedewerkers is dat met hen eens. Opvallend is dat drie op de vijf oudere medewerkers tussen 50 en 65 jaar nieuwe uitdagingen waarderen met de maximale score 5. Onder jongeren tot 25 jaar is dit nog niet de helft.

Logistiek verdient betere promotie

Werknemers voelen in meerderheid een passie voor het logistieke vak en dragen dit ook uit (gemiddelde score van 3,9). Tegelijk vinden zij dat sommige partijen in Nederland nog achterblijven bij het uitdragen van het belang van logistiek. Zo kennen sommige respondenten de imagocampagnes niet en vinden zij dat het logistieke vak meer op zijn juiste waarde kan worden geschat door regionale en nationale overheden. Ook geven zij aan dat bedrijven zelf de belangstelling kunnen aanwakkeren door bijvoorbeeld een open dag te organiseren.

Ouderen vaker trots

Van de verschillende categorieën werknemers in de logistiek blijken de chauffeurs (truck/ bestelwagen en heftruck) het meest trots te zijn op hun vak en zij dragen dit ook uit (44% met score 5). Onder warehousemedewerkers ligt dit met 37% een fractie lager. Opvallend is dat juist oudere werknemers tussen 50 en 65 jaar trots zijn op hun vak (54% met score 5), terwijl dit onder de jongeren tot 25 jaar maar 26% is. Aan werkgevers in de logistiek dus de uitdaging om onder de laatste groep een inhaalslag te maken, om het imago van de sector te verbeteren.

7. Passie werkgever vaak gelijk aan die van werknemer



We hebben de stellingen over passie voor het vak logistiek en het uitdragen ervan ook voorgelegd aan werkgevers. Hoe ervaren zij de werkbeleving? Hoe zien zij hun eigen rol en die van de medewerker? De verschillen en overeenkomsten zijn interessant, net als de verklaring hiervoor vanuit het perspectief van beide groepen.

Overeenkomsten en verschillen

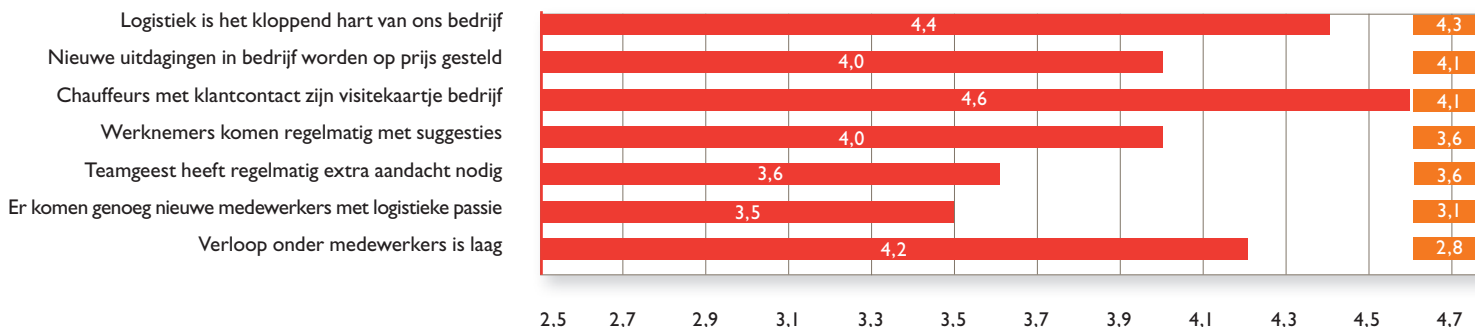
Werkgevers zijn het eens met werknemers over de stellingen: 'Logistiek is het kloppend hart van het bedrijf', 'Nieuwe uitdagingen worden door werknemers op prijs gesteld' en 'De teamgeest heeft regelmatig aandacht nodig'. Er zijn echter ook verschillen. Zo vinden werkgevers meer (score 4,6) dan werknemers (4,1) dat chauffeurs met klantcontact het visitekaartje van het bedrijf zijn. Ook vinden zij (met 4,0) meer dan werknemers (3,6) dat laatstgenoemden regelmatig met operationele verbetervoorstellen komen.

*Werkgevers en werknemers zijn het eens:
'De logistiek is het kloppend hart van ons bedrijf'*

Werkgevers positiever over verloop dan werknemers

Het grootste verschil betreft de perceptie van het al dan niet lage verloop onder werknemers. De werkgevers zijn hier met een score van 4,2 veel positiever over gestemd dan de werknemers (2,8). Waar komt dit door? Dat de meerderheid van de werknemers die de enquête hebben ingevuld uitzendkracht is, heeft hier ongetwijfeld mee te maken. Zij hebben in hun directe werkomgeving vaak te maken met gemiddeld een groter verloop. Werkgevers zien echter dat twee op de drie medewerkers een vast contract hebben, dus hun perceptie kan afwijken van die op de werkvloer.

Grafiek 8: logistieke passie bij werknemers volgens werkgevers
(score op schaal 1 (mee oneens) t/m 5 (mee eens))



N=448

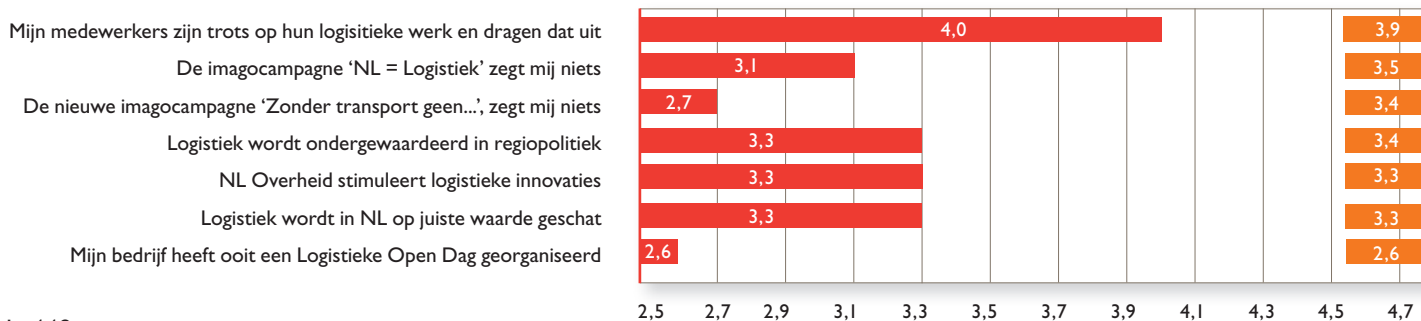
Werkgevers
 Werknemers

Het is niet verrassend dat de stelling ‘De logistiek is het kloppend hart van ons bedrijf’ vooral wordt onderschreven door managers van logistieke dienstverleners (85% geeft de score 5). Onder managers bij handelsorganisaties waardeert 58% deze stelling met een 5 en bij productiebedrijven geeft 35% van hen een 5. Bij de stelling ‘Chauffeurs met klantcontact zijn het visitekaartje van ons bedrijf’ zijn de verschillen tussen deze categorieën bedrijven aanmerkelijk kleiner.

Weinig belangstelling voor open dag

Werknemers denken vaak hetzelfde over het belang van logistiek als werkgevers. De scores op de meeste stellingen komen behoorlijk overeen, alleen zijn werkgevers meer bekend met de twee imagocampagnes: ‘NL is Logistiek’ en ‘Zonder transport geen ...’. Opmerkelijk is dat werkgevers erkennen dat ze relatief weinig belang hechten aan het organiseren van een open dag van de logistiek voor de omgeving of voor specifieke doelgroepen zoals middelbare scholen.

Grafiek 9: uitdragen van belang logistiek volgens werkgevers
(score op schaal 1 (mee oneens) t/m 5 (mee eens))



N=448

- Werkgevers
- Werknemers



8. Waardering arbeidsvoorwaarden blijft achter bij het belang ervan

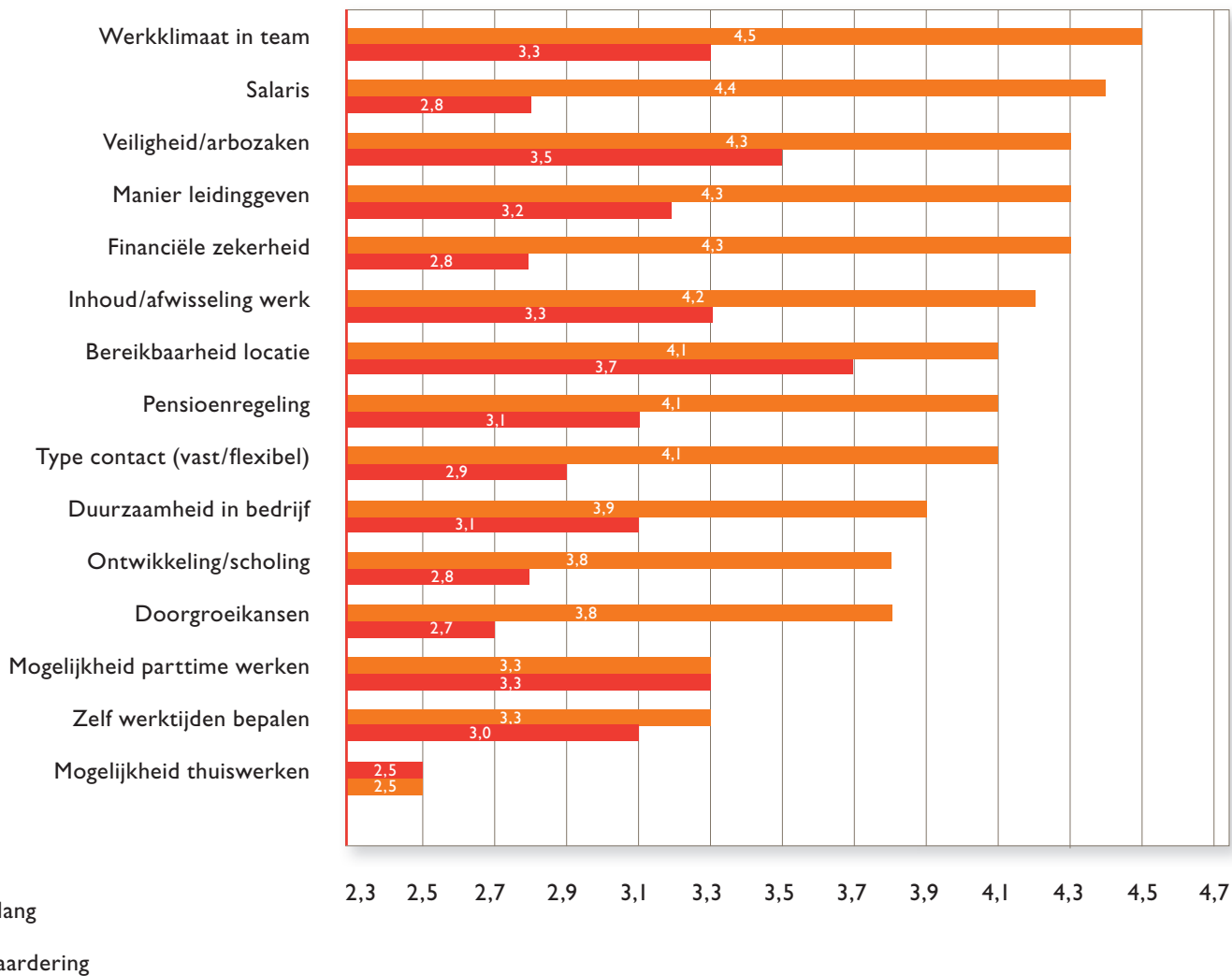
Passie voor het logistieke vak is belangrijk, maar hoe zit het met de beloning? Werknemers zien hun bijdrage aan de activiteiten voor hun werkgever graag op passende wijze beloond. We vroegen werknemers naar twee zaken: hoe waarderen zij hun huidige arbeidsvoorwaarden en welke van deze voorwaarden vinden zij het belangrijkste?

Wat kan beter?

Niet alleen de rangorde van arbeidsvoorwaarden is interessant, maar vooral ook hoe deze zich verhoudt tot de waardering ervan. Dit geeft namelijk aan waar werknemers vinden dat de werkgever verbeteringen in arbeidsvoorwaarden zou kunnen aanbrengen. Naast het belang en de waardering van beloning vroegen we ook naar andere (secundaire) arbeidsvoorwaarden. De bereikbaarheid van de locatie scoort het hoogst bij werknemers (3,7). De waardering voor andere zaken waar veel belang aan wordt gehecht, blijft daarbij achter. Op een schaal van 5 scoort het werkklimaat een 3,3, het salaris een 2,8 en de financiële zekerheid een 2,7. De waardering van de manier van leidinggeven blijft steken op 3,2.



Grafiek 10: belang en waardering arbeidsvoorwaarden volgens werknemers (score op schaal 1 (onbelangrijk) t/m 5 (prima geregeld))





Geld blijft belangrijk

Uit de antwoorden van werknemers blijkt dat er volgens hen nog flink wat te verbeteren valt, vooral op het financiële vlak. Het grootste verschil zit tussen het belang van salariëring en de waardering ervan: 1,6 punt. Voor de financiële zekerheid is dit verschil 1,5 punt. Kennelijk heeft de recessie werknemers onzekerder gemaakt over hun financiën. Andere punten die nog ruimte voor verbetering bieden, zijn: het werkklimaat in het team, de manier van leidinggeven, het type contract, de pensioenregeling, de doorgroeimogelijkheden en ontwikkeling en scholing. Werknemers hechten het minste belang aan de mogelijkheid om zelf werktijden te bepalen, parttime of thuis te werken.

Al met al is duidelijk dat werknemers vinden dat hun arbeidsomstandigheden voor verbetering vatbaar zijn. Bij het wegen van deze uitslag speelt wel mee dat de meeste respondenten uitzendkracht zijn en dus niet altijd de zekerheid hebben van een vast contract.

Harco Eising, Sitemanager DSV Solutions

‘Wat vinden medewerkers belangrijk? Eerst het werkklimaat en de cultuur, gevolgd door het salaris. Over dat laatste zijn ze overigens maar matig tevreden. Ook bij sollicitaties is dat lastig. Je moet even een salarisbruggetje over, dan kun je daarna veel meer inhaken op vragen over cultuur en werksfeer. Ik merk dat die twee aspecten steeds meer op de voorgrond komen.’

9. Werkgever ziet belang salaris vooral voor nieuwe medewerker

Werknemers geven aan dat zij veel belang hechten aan werkklimaat en salaris en dat beide beter kunnen. Ook de manier van leidinggeven, financiële zekerheid, veiligheid en arbozaken bepalen hoe zij het werk in de logistiek beleven. Hoe denken werkgevers hierover? Wij vroegen aan hen: wat zijn de belangrijkste arbeidsvoorwaarden om bestaande werknemers te behouden en wat zijn de belangrijkste om nieuwe werknemers aan te trekken?

Salaris en werkklimaat

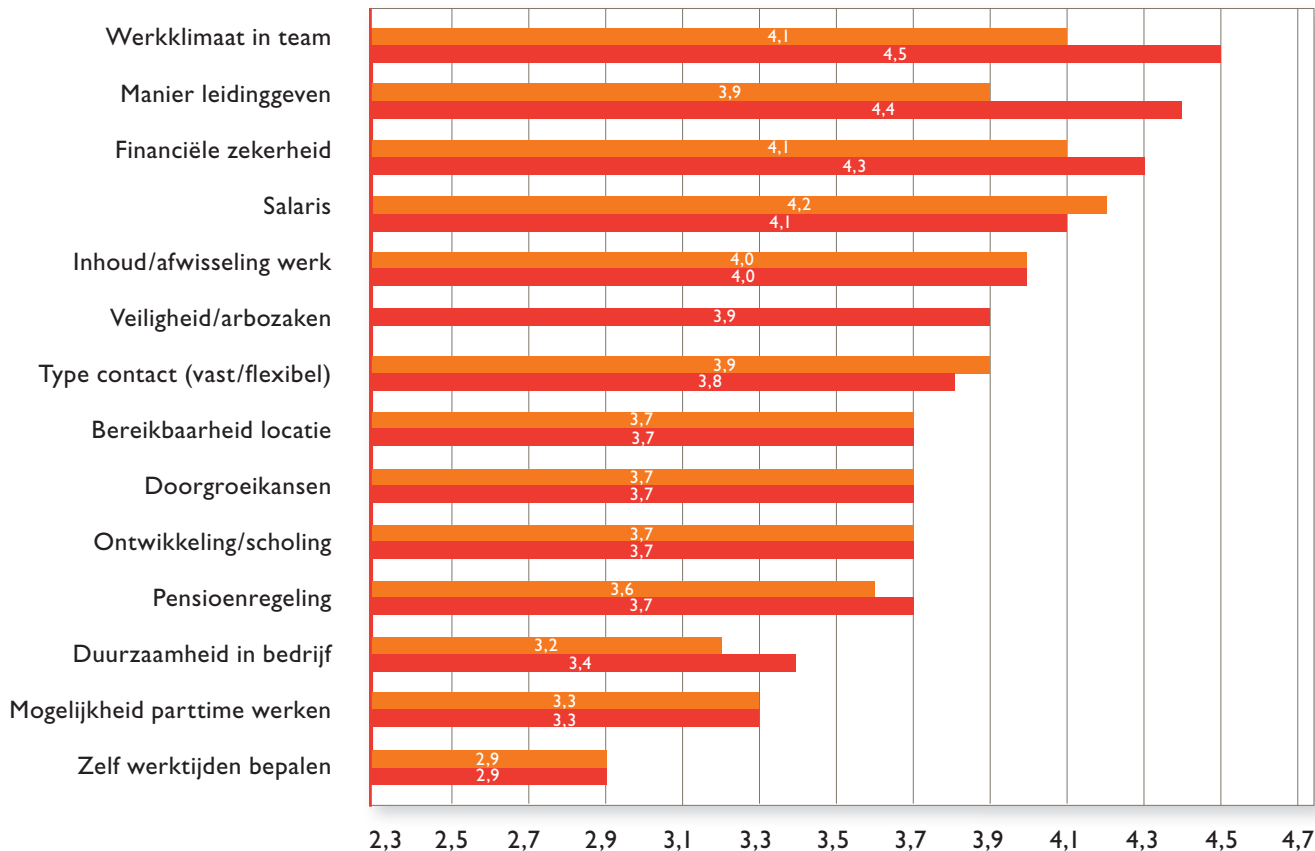
Voor het behoud van bestaande werknemers denken werkgevers dat het werkklimaat in het team het belangrijkste is. Hierna volgen de manier van leidinggeven, de financiële zekerheid en het salaris. Dit komt goed overeen met hoe werknemers zelf over hun arbeidsvoorwaarden denken, al speelt voor hen het salaris een belangrijker rol dan voor werkgevers. Voor het aantrekken van nieuwe werknemers vinden werkgevers het salaris en de financiële zekerheid wél van iets groter belang.

Ruimte voor verbetering

Er zijn dus slechts kleine verschillen in hoe werkgevers en werknemers over arbeidsvoorwaarden denken. Werknemers hechten iets meer belang aan het salaris en de financiële zekerheid voor bestaande werknemers. De beoordeling en waardering van andere belangrijke arbeidsvoorwaarden komt goeddeels overeen. Aan 'harde' financiële arbeidsvoorwaarden, zoals het salaris, de pensioenregeling en het type contract, kennen bestaande werknemers 0,3 tot 0,4 punt meer belang toe dan werkgevers. Daarnaast hechten werknemers meer belang aan duurzaamheid in het bedrijf dan werkgevers (0,5 punt verschil). Deze arbeidsvoorwaarden bieden werkgevers dus ruimte om op langere termijn meer tegemoet te komen aan de wensen van bestaande werknemers.



Grafiek II: arbeidsvoorwaarden aantrekken nieuwe en behouden bestaande werknemers volgens werkgevers
(score op schaal 1 (onbelangrijk) t/m 5 (zeer belangrijk))



N=448

- Nieuwe werknemers aantrekken
- Bestaande werknemers behouden

10. Passie voor logistiek leeft en vormt stevig fundament

In deze Logistics Labour Survey 2011 staat de passie voor het logistieke vak centraal. Hoe groot is die passie en hoe kunnen werkgevers deze stimuleren zodat het werkklimaat verbetert en je als logistiek team kunt excelleren?

Een positieve uitkomst van het onderzoek is dat de passie voor het logistieke vak onder werknemers hoog is, óók onder uitzendkrachten. Werknemers maken zich nog de meeste zorgen over het verloop onder collega's en of nieuwe collega's de passie voor logistiek wel met hen delen. De uitdaging voor managers is dus: hoe kan ik de aanwezige individuele passie voor het vak uitbouwen naar een team- en bedrijfsgevoel?

Imagocampagnes

Werkgevers en werknemers denken in grote lijnen hetzelfde over arbeidsvoorwaarden en het belang ervan. Beiden vinden ook dat de passie voor logistiek niet door iedereen buiten het bedrijf wordt gedeeld. Daarom is het goed dat de Nederlandse logistiek zich gezamenlijk inzet om meer positieve aandacht voor de sector te krijgen, bijvoorbeeld door imago-campagnes.

Conclusie

De conclusie van dit Logistics Labour Survey is dat passie voor de logistiek ondubbelzinnig aanwezig is, zowel onder werkgevers als werknemers. Voor een gezonde toekomst van de sector kan worden voortgebouwd op dit stevige fundament.

U kunt de complete onderzoeksresultaten downloaden via <http://www.tempo-team.nl> en met bronvermelding naar eigen inzicht gebruiken.

Tempo-Team: brede HR-dienstverlener voor de logistiek

Tempo-Team is marktleider in het bieden van oplossingen voor vraagstukken op het gebied van flexibele arbeid van logistieke klanten. We bieden efficiënte oplossingen voor complexe arbeidsvraagstukken. Dit doen wij met gemotiveerde, vakbekwame mensen, maar ook met ondersteunende diensten als opleidingen, geavanceerde planningstechnieken en digitaal verlonen.

Onze ruime kennis, ervaring en inzicht in logistiek en arbeid helpen u concurrerend te zijn in uw markt. Hoe state of the art uw Warehouse Management Systeem ook is, hoe slim uw routing en hoe doordacht de werkprocessen ook zijn, alles staat of valt bij de instelling van uw medewerkers. Hiervoor bent u bij Tempo-Team aan het juiste adres. Als dé HR-dienstverlener voor de logistiek in Nederland verzorgen wij de in-, door- en eventuele uitstroom van gemotiveerde mensen met passie voor het logistieke vak.

Om onze logistieke dienstverlening op maat voor uw organisatie aan te kunnen bieden kent Tempo-Team de volgende specialistische onderdelen:

Tempo-Team Professionals

Bemiddeling (detachering, werving & selectie, zzp) van supply chain professionals vanaf hbo-niveau.

Tempo-Team Outsourcing

neemt arbeidsintensieve (non-core) processen volledig uit handen, zowel op tijdelijke als structurele basis. Afrekening op basis van stuksprijs, het productiviteitsrisico is dus voor onze rekening.

Tempo-Team Inhouse Services

Grootschalige en structurele personele flexibilisering van logistieke en industriële organisaties, veelal vanuit een Tempo-Team vestiging bij uw organisatie op locatie.

Tempo-Team Payrolling

neemt het juridisch werkgeverschap, contractbeheer, personeelsadministratie en verloning van door u geworven medewerkers van u over.

Tempo-Team Employability

Advies en begeleiding bij outplacement, re-integratie, in- en externe mobiliteit. HR-advies om het onderscheidend vermogen van uw onderneming op de arbeidsmarkt te optimaliseren, bijvoorbeeld met diversiteitbeleid en generatiemanagement.

Tempo-Team Uitzenden

Specialist in uitzenden en detacheren voor uiteenlopende functies in de logistiek tot mbo-niveau.

EU-Flex

Een bijzonder serviceconcept binnen onze uitzend- en detacheringsactiviteiten is EU-Flex. EU-Flex is gespecialiseerd in de lokale werving en selectie, huisvesting en vervoer van medewerkers uit Midden- en Oost-Europese landen. In Nederland is Eu-Flex de op een na grootste leverancier van buitenlandse werknemers voor logistieke en industriële organisaties.

Colofon

Uitgave: Tempo-Team

Redactie: Linea Recta/Textplicit

Fotografie: Tempo-Team

Vormgeving: Opera Graphic Design

Druk: KDR Marcom



tempo-team

