

Projectnaam: Wijzer werken met WerkStation

Projectnummer: 2013ESFN77

Actie: E Sociale Innovatie Duurzame Inzetbaarheid Sectoren

Geef aan welke van onderstaande producten u heeft opgeleverd en voeg deze producten toe aan dit document:

a	een rapport van onderzoek naar of analyse van de stand van zaken binnen de sector	ja
b	een sectoraal beleidsplan met concrete doelstellingen en de haalbaarheid daarvan	ja
c	een communicatie- of voorlichtingsplan voor de sector, gericht op bewustwording of op implementatie	ja
d	een plan voor effectieve monitoring van de activiteiten op het gebied van duurzame inzetbaarheid	nee
e	de uitvoering en het verslag van een pilot, waarin sociaal innovatieve instrumenten, methoden en werkwijzen zijn getest	ja
f	de uitvoering en een verslag van voorlichtingsactiviteiten en/of communicatie activiteiten	ja
g	de uitvoering en het verslag van een sectoraal beleidsplan	nee
h	de uitvoering en het verslag van een plan voor effectieve monitoring van de activiteiten op het gebied van duurzame inzetbaarheid	ja

Activiteit a: Sectorale analyse

Inhoudsopgave

Voorwoord

1. Beschrijving van de sector

- 1.1 Het Nederlandse publieke omroepbestel
- 1.2 De landelijke publieke omroep
- 1.3 De regionale publieke omroep
- 1.4 Werkgelegenheid in de publieke omroep sector (stand eind 2013)
- 1.5 Financiering van de Nederlandse publieke omroep
- 1.6.1 Financiering van de landelijke publieke omroep
- 1.6.2 Financiering van de regionale omroepen
- 1.7 Sociale infrastructuur Duurzame Inzetbaarheid

2. Sectorale analyse

- 2.1 Sectorale ontwikkelingen
- 2.2 Onderzoek onder medewerkers en HR Managers omroepen
- 2.3 De knelpunten
 - 2.3.1 Blijvende afname van werkgelegenheid
 - 2.3.2.1 Sectorale ontwikkelingen die ingrijpen op de aard en de inhoud van de werkgelegenheid
 - 2.3.2.2 Technologische ontwikkelingen die ingrijpen op de aard en de inhoud van de werkgelegenheid
- 2.4 Ontwikkelingen en trends in de regionale omroep

3. Gevolgen knelpunten: conclusies m.b.t. te ontwikkelen beleid

Voorwoord

Voor u ligt het verslag van de sectorale analyse die is uitgevoerd naar aanleiding van het ESF actie E project “Wijzer werken met WerkStation”. De analyse richtte zich op de mogelijkheden voor en noodzaak tot sociale innovaties in het publieke omroepbestel gericht op duurzame inzetbaarheid. Leidend bij het onderzoek waren 4 onderwerpen die vooraf door werkgevers en medewerkers in het kader van ‘werk en zekerheid’ en de cao als meest belangrijk werden beschouwd om te onderzoeken (welke mogelijkheden en noodzaak zijn er voor deze onderwerpen?), te weten:

1. Het principe ‘van werk naar werk’;
2. Het uitgangspunt ‘vast contract – is variabele functie’, gericht op loopbaan- en ontwikkeltrajecten;
3. Permanente educatie en persoonlijke ontwikkelingsbudgetten gericht op duurzame inzetbaarheid;
4. Het opzetten van een vitaliteitsprogramma om langer en gezond inzetbaar te blijven

Tijdens de daadwerkelijke uitvoering van de analyse is naar voren gekomen dat de voornoemde onderwerp in hun beschreven vorm (zie daarvoor de ESF aanvraag) niet allemaal event urgent waren voor de sector om beleid op te ontwikkelen. Op basis van deze analyse hebben dan ook accentverschuivingen binnen en tussen de 4 onderwerpen plaatsgevonden. Voorafgaand aan de weergave van de analyse wordt eerst een beschrijving van de sector gegeven. Na de analyse volgt een overzicht van de op basis van de analyse gebleken sectorale arbeidsmarktknelpunten en hun verhouding tot voornoemde 4 onderwerpen. Dit leidt tot conclusies over het te ontwikkelen beleid gericht op duurzame inzetbaarheid voor de sector.

1. Beschrijving van de sector

1.1 Het Nederlandse publieke omroepbestel

Het Nederlandse publieke omroepbestel bestaat uit de NPO organisatie, de landelijke omroeporganisaties en de regionale omroep. Dit geheel draagt tezamen zorg voor het publieke aanbod van en op de Nederlandse radiozenders, televisiekanalen, en websites. Het Nederlandse landelijke publieke omroepbestel bestaat uit de stichting Nederlandse Publieke Omroep (NPO) en publieke omroeporganisaties. De Mediawet regelt hoe de zendtijd wordt verdeeld, waarbij de leiding in handen ligt van de raad van bestuur van de NPO. Naast de landelijke omroepen zijn er regionale omroepen en lokale omroepen. Laatstgenoemden vallen niet binnen de landelijke CAO en vallen derhalve buiten de scope van deze analyse.

Mediawet

De Mediawet 2008 zorgt ervoor dat er een gevarieerd en goed media-aanbod is:

- De Rijksoverheid betaalt via de NPO organisatie, verder te noemen NPO, de landelijke omroeporganisaties. In ruil daarvoor stelt de Mediawet eisen aan de organisatie en aan het programma-aanbod. Daardoor is er op de publieke radio en televisie bijvoorbeeld minder reclame dan op commerciële zenders. Er is meer aandacht voor informatie, cultuur en jeugd. Ook zijn er regionale en lokale omroepen.
- De Rijksoverheid verzekert dat de meeste Nederlanders een gevarieerd pakket van radio- en televisiezenders kunnen ontvangen. Via de ether, de kabel of op een andere manier. De belangrijkste publieke zenders moeten daar bij zitten.
- De Rijksoverheid geeft subsidies aan bijzondere journalistieke en culturele mediaproducties.
- De Rijksoverheid stelt verder geld beschikbaar voor het instituut Beeld en Geluid in Hilversum (museum en audiovisueel archief) en media-opvoeding.

De Rijksoverheid bemoeit zich niet met de inhoud van de media. Journalisten en programmamakers zijn vrij om te maken wat ze willen.

NPO

De stichting Nederlandse Publieke Omroep (NPO) is, zoals gedefinieerd in artikel 2.2 van de Mediawet 2008, tot 2020 aangewezen als *bestuursorganisatie* van het Nederlandse publieke omroepbestel. Aan het hoofd van de organisatie staan een raad van bestuur en raad van toezicht. De taken van de NPO bestaan uit *"het bevorderen van de samenwerking en cohesie tussen de landelijke omroepen, de programmering van het media-aanbod, het verdelen van de budgetten voor de verschillende omroepen, het verzorgen van distributie, het ondersteunen van omroepen bij de ondertiteling, aankoop en verkoop van programma's en tot slot het uitvoeren van zelfstandig onderzoek naar de kwaliteit en het imago van de platforms radio, televisie en internet."*

De NPO is ook licentiehoudster van de radiofrequenties en publieke landelijke DVB-T (Digital Video Broadcasting Terrestrial) en is de open standaard voor uitzending van digitale video met behulp van zendmasten) en DAB-frequenties (Digital Audio Broadcasting).

1.2 De landelijke publieke omroep

Sinds het seizoen 2006-2007 werkt de Nederlandse publieke omroep op landelijk niveau met een programmeringsmodel waarbij de regie bij de NPO ligt. Omroepen hebben hierbij geen 'thuisnet' en de NPO bepaalt per programma op welke zender die uitgezonden zal worden. Organisaties die mogen uitzenden op de landelijke radio- en tv-zenders, zijn de aangewezen taakomroepen, zendgemachtigde omroepverenigingen, genootschappen en overige zendgemachtigden.

Taakomroepen

Taakomroepen zijn de omroeporganisaties binnen de publieke omroep met een in de Mediawet genoemde taakopdracht: de NOS (Nederlandse Omroep Stichting) en de NTR (NPS, Teleac, RVU). De NOS is verantwoordelijk voor een brede, onafhankelijke nieuwsvoorziening en tot de wettelijke taken van NTR behoren kunst en cultuur, minderheden, jeugd, educatie en achtergrondjournalistiek.

NOS ntr:

Ledenomroepen (omroepverenigingen)

Een omroepvereniging kan aanspraak maken op zendtijd mits zij genoeg leden telt, een maatschappelijke, culturele, godsdienstige of geestelijke stroming vertegenwoordigt en een toegevoegde waarde kan leveren aan het Nederlandse omroepbestel. Er zijn momenteel elf omroepverenigingen: AVRO/TROS, BNN/VARA, KRO/NCRV, EO, MAX, VPRO, WNL en PowNed



2.42 omroepen (genootschappen)

In Nederland zijn enkele genootschappen tot 2016 zendgemachtigd. In de Mediawet 2008 worden deze aangeduid als 2.42-omroepen. Ze vertegenwoordigen kerkgenootschappen en genootschappen op geestelijke grondslag. In 2010 werden zeven genootschappen zendgemachtigde: IKON, RKK, HUMAN, OHM, ZvK, Joodse Omroep en BOS.



De 2.42-omroepen verdwijnen per 2016. IKON en ZvK zijn gaan samenwerken met de Evangelische Omroep (EO). HUMAN is samen met de VPRO als samenwerkingsomroep gaan uitzenden. Hiervoor behaalde ze in maart 2014 de benodigde 50.000 leden.

Overige omroeporganisaties

- De Stichting Etherreclame (STER) verzorgt de uitzendingen van reclame op de televisiezenders, radiostations en websites van de Stichting NPO. De inkomsten vloeien naar de mediabegroting van het ministerie van OCW waarmee de Nederlandse publieke omroep, het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid, koren en orkesten worden gefinancierd. Twee leden van de raad van bestuur van de NOS zetelen in het bestuur van de Stichting Etherreclame.
- VFI, voorheen Socutera, is een omroeporganisatie die zorg draagt voor het aanbod van beeldmateriaal over goede doelen met een CBF-keurmerk. Socutera staat voor **Sociale en Culturele doeleinden door Televisie en Radio**. De organisatie produceert niet zelf. Goedgekeurde spotjes worden uitgezonden in de zendtijd van de NOS.
- Bindinc. levert uitgifconcepten met programma-informatie op maat, met een megabereik en met unieke kennis van doelgroepen. Omroepen vormen de belangrijkste klantengroep voor Bindinc. waarbij Custom Media & Services (magazines, specials, nieuwsbrieven of digitale uitgaven) en Programma Data Services (programmadata voor zowel lineaire als non-lineaire programmering) belangrijke pijlers zijn. Bindinc. is een zelfstandig commercieel bedrijf, met AVRO, KRO-NCRV en Sanoma als aandeelhouders.
- Stichting AKN was het samenwerkingsverband tussen de omroepen AVRO, KRO en NCRV. De stichting is vanwege niet langer de algemene facilitaire organisatie van deze drie omroepen, maar legt zich sinds 1 januari 2014 toe op de exploitatie, onderhoud en het beheer van het AKN-gebouw inclusief de hiervan deel uitmakende radio- en televisiestudio's.
- RNW (voorheen Radio Nederland Wereldomroep) is de internationale publieke omroep van Nederland. Sinds 2013 richt RNW zich op jongeren en jongvolwassenen in landen waar de vrijheid van meningsvorming en meningsuiting beperkt is. RNW concentreert zich op de thema's 'democratie en goed bestuur', 'mensenrechten' en 'seksuele rechten'. Sinds 2013 wordt RNW gesubsidieerd door het ministerie van Buitenlandse Zaken (voorheen OCW) en maakt **geen** deel uit van het Nederlandse Publieke Omroepbestel. RNW valt wel onder de cao van de publieke omroep.



Ondersteunende organisaties

- Het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid beheert het archief van alle programma's.
- De stichting Muziekcentrum van de Omroep is de overkoepelende organisatie van de muziekgezelschappen van de publieke omroep: deze stichting is in 2013 door bezuinigingen gereorganiseerd, verder gegaan onder de naam 'Stichting Omroep Muziek' en ondergebracht bij de NTR.



Deze beide organisaties vallen niet onder de werkingssfeer van de cao.

1.3 De regionale publieke omroep

Een regionale omroep richt zich op een publiek in de regio. In Nederland waren regionale omroepen al een tijdlang actief op de radio en in de jaren '90 ontstonden er ook regionale televisiezenders. Deze omroepen zijn publiek en krijgen daardoor geld van de overheid. De regionale omroepen zijn verenigd in de stichting Regionale Omroep Overleg en Samenwerking (ROOS).

ROOS behartigt de belangen van de 13 publieke regionale omroepen in Nederland. ROOS ontwikkelt beleid, treedt op namens de bedrijfstak bij de politiek, overheden en anderen, sluit contracten voor het collectief, doet aan voorlichting en behartigt andere gemeenschappelijke belangen.

	Omrop Fryslân
	RTV Noord
	RTV Drenthe
	RTV Oost
	Omroep Gelderland
	Omroep Flevoland
	RTV Utrecht
	TV N-H
	Omroep West
	TV Rijnmond
	Omroep Zeeland
	Omroep Brabant
	L1

1.4 Werkgelegenheid in de publieke omroep sector (stand eind 2013)

Aantal medewerkers	Productie	Redactie	Journalisten	Techniek	Distributie	Verkoop	Overhead	Totaal
Landelijke publieke omroep								
AVRO/TROS	73	174					44	291
VARA/BNN	119	285					71	475
KRO/NCRV	155	372					93	620
EO	84	201					50	335
VPRO	73	175					44	292
NTR	105	252					63	420
MAX	31	74					19	124
Overig	33	79					20	132
AKN							82	82
NOS		110	520					630
NPO					260		80	340
Bindinc	20	130					30	180
RNW		70					20	90
STER						80	20	100
Overig								
Regionale publieke omroep <i>(afgerond op hele fte's)</i>	752			273		89	190	1304
Totaal	1445	1922	520	273	260	169	826	5415

Bron: NPO

Het aantal medewerkers dat onder de werkingssfeer valt van de cao voor het omroep personeel, wordt jaarlijks verzameld door de NPO en betreft een optelsom van alle aangeleverde gegevens. Bovenstaand overzicht betreft gegevens uit 2013.

1.5 Financiering van de Nederlandse publieke omroep

1.6.1 Financiering van de landelijke publieke omroep

De Nederlandse publieke omroep wordt gefinancierd door het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW). Jaarlijks vraagt de NPO voor de landelijke publieke omroep als geheel budget aan bij het ministerie van OCW. Het budget dat OCW ter beschikking stelt, wordt samengesteld uit de Rijksomroepbijdrage en Ster-gelden.

De budgetaanvraag door de NPO is een onderdeel van het indienen van de Meerjarenbegroting (MJB). De MJB bevat een beschrijving van het (programmatische) beleid, de daaraan gekoppelde doelstellingen en (meerjaren) begrotingen. Uiteindelijk wordt alleen budget aangevraagd voor het komend jaar.

Richtinggevend voor de MJB zijn het Concessiebeleidsplan en de prestatie-overeenkomst. De prestatieovereenkomst bevat afspraken met de minister over kwalitatieve en kwantitatieve doelstellingen van het aanbod en het publieksbereik. In november presenteert de minister de Mediabrief aan de kamer en legt hij de Mediabegroting voor. Als deze wordt goedgekeurd, ontvangt de Nederlandse Publieke Omroep voor 1 december een (voorlopige)beschikking voor het budget van het komende jaar. Het budget van de landelijke publieke omroep (zijnde alle landelijke omroeporganisaties, het CoBO en de NPO) wordt beschikbaar gesteld aan de Raad van Bestuur van de NPO. Het door OCW beschikbaar gestelde budget voor 2012 is als volgt opgebouwd:

(x 1.000 euro)	MJB aanvraag	Mutatie	Definitief
Programmabudget zendgemachtigden (omroepen)	650.400	-4.226	646.174
OCW-budget CoBo	7.416	-	7.416
Subtotaal programmabudget OCW	657.816	-4.226	653.590
OCW-budget NPO*	119.256	7.905	127.161
Subtotaal OCW-budget LPO	777.072	3.679	780.751
OCW-frictiekostenvergoeding NPO	-	673	673
Totaal OCW-budget LPO (Media-aanbod)	777.072	4.352	781.424

* inclusief MCO naburige rechten

In de exploitatierekening van de NPO wordt het totaal ontvangen OCW-budget als bate verantwoord onder de noemer Media-aanbod (zie pag. 42 Jaarrekening). De NPO verdeelt het ontvangen programmabudget zendgemachtigden over de landelijke omroeporganisaties. Dit gebeurt hoofdzakelijk door middel van intekening op programma's via de zogenaamde Geld-op-Schema(GoS)-systematiek. In hoofdlijnen komt dit proces erop neer dat budgetten worden toegekend per programma.

Daarnaast wordt de landelijke publieke omroep door OCW gefinancierd met bijdragen die vanuit de Ster worden verkregen. Ster verkoopt reclame op de tv- en radiozenders van de landelijke publieke omroep. De Ster-inkomsten zijn sinds 2007 gemiddeld circa 220 miljoen Euro per jaar (jaarverslag Ster 2012):

Ster versus totaal markt RTVI (x1.000.000 euro)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Ster	204	238	202	227	222	223
Totaal	1327	1326	1206	1233	1290	1389

Al sinds 2007 gaat de helft van elke bruto reclame-euro naar televisie. Ook de mediumtypen radio en internet van Ster zijn populair; tv, radio en internet samen zorgen voor bijna driekwart van de inkomstentaart. Maar de totale taart is wel iets kleiner dan het jaar ervoor. Ster heeft te maken met een nieuwe realiteit en dat is in 2012 te zien aan de reclamebestedingen; de bestedingen op tv en radio zijn voor het eerst gedaald. De online bestedingen namen toe, dit blijft een groeimarkt. Mede door een toename van het aantal gebruiksmomenten van online video.

1.6.2 Financiering van de regionale omroepen

Het Rijk heeft volgens plan de financiering van de regionale omroepen overgenomen van de provincies. Het budget is per 1 januari 2014 overgeheveld van het provinciefonds naar de mediabegroting van OCW. Het gaat om een bedrag van 143,5 miljoen euro dat tot stand gekomen na overleg met de provincies en de regionale omroepen (ROOS).

De overheveling van budgetten gaat gepaard met een besparingsdoelstelling van 17 miljoen euro voor 1 januari 2017. Het regeerakkoord meent dat deze besparing mede behaald kan worden door een (betere) samenwerking tussen regionale en landelijke omroepen.

1.7 Sociale infrastructuur Duurzame Inzetbaarheid

Duurzame inzetbaarheid heeft zowel centraal als decentraal de aandacht. Centraal wordt dit uitgevoerd door de Stichting Arbeidsmarkt, Werkgelegenheid en Opleidingsfonds voor de Omroep (AWO fonds) en de sociale partners die zitting hebben in het bestuur van het AWO fonds, te weten:

1. Werknemersorganisaties:
 - FNV Kunsten, Informatie en Media;
 - CNV dienstenbond;
 - Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ) en
2. Werkgevers vertegenwoordiging
 - Stichting Nederlandse Publieke Omroep (NPO);
 - Stichting Regionale Omroep Overleg en Samenwerking (ROOS).

De geldmiddelen van de stichting bestaan uit:

1. bijdragen voortvloeiend uit afspraken gemaakt door voornoemde werkgevers- en werknemersorganisaties;
2. bijdragen van de overheid;
3. de inkomsten uit het vermogen van de stichting;
4. andere wettige inkomsten.

Decentraal wordt door de diverse P&O afdelingen aandacht besteed aan duurzame inzetbaarheid, in wisselende intensiteit.

2. Sectorale analyse

2.1 Sectorale ontwikkelingen

De landelijke en regionale omroepen worden geconfronteerd met drie belangrijke ontwikkelingen die zich in de sector voltrekken, te weten:

1. De bezuinigingen van de Kabinetten Rutte I en Rutte II
2. De opkomst en concurrentie van nieuwe media
3. Razendsnelle technologische ontwikkelingen

Om deze ontwikkelingen concreet te kunnen vertalen naar de praktijk van alledag, heeft het AWO fonds in een sectorale analyse laten uitvoeren door Mijn HR Adviseur, een onafhankelijk deskundige. Er is onder alle medewerkers van de Nederlandse publieke omroep onderzoek gedaan naar hun inzetbaarheid en hun verwachtingen voor de toekomst. Tegelijkertijd is kwantitatief en kwalitatief onderzoek uitgevoerd onder HR-managers van omroeporganisaties en bij de NPO. In totaal hebben 26% van alle medewerkers en 65% van alle werkgevers in de sector meegedaan aan het onderzoek. Een korte samenvatting van dit onderzoek staat hieronder in 2.2. Een gedetailleerde kwantitatieve weergave van de onderzoeksresultaten is als aparte bijlage bij deze analyse opgenomen.

2.2 Onderzoek onder medewerkers en HR Managers omroepen

Het onderzoek onder medewerkers en HR Manager van omroepen was opgedeeld in 7 onderwerpen die elk waren gerelateerd aan een of meer van de 4 kernonderwerpen benoemd in het voorwoord. Het doel was om inzicht te krijgen in hoe medewerkers en HR managers over diverse deelonderwerpen van duurzame inzetbaarheid dachten (mogelijkheden, kansen, bedreigingen, etc.). Hieronder staat per deelonderwerp een korte conclusie.

Kennis en vaardigheden

Uit onderzoek blijkt dat bijna 70% van de medewerkers vindt dat hij beschikt over de juiste kennis en vaardigheden voor het uitoefenen van zijn functie. Ook over de prestaties, de mate waarin men in staat is de kennis en vaardigheden bij te houden, de motivatie uit men zich zeer positief. Bijna 75% van de HR Managers geeft aan kwaliteit van medewerkers als 'speerpunt' van zijn/haar HR beleid te zien.

Mobiliteit/inzetbaarheid

38% uit zich positief over de loopbaanmogelijkheden binnen de organisatie, 55+ ers zijn hier minder positief over. Ook over de kansen bij een andere werkgever zien we dat ongeveer de helft van de respondenten denkt met zijn kennis of vaardigheden gemakkelijk een andere baan te krijgen: de andere helft denkt hier neutraal of negatief over. Ook de bereidheid om van werkgever te veranderen is beduidend lager onder oudere respondenten, gemiddeld is dit echter hoog, bijna 77%. We treffen bij interesse om tijdelijk van 'job te switchen' een score van 63% die open staat voor een tijdelijk switch. Er lijkt dus volop bereidheid en flexibiliteit, daar waar, zo blijkt ook, uiteindelijk meer dan 42% al 10 jaar of langer in

dezelfde functie bij dezelfde werkgever werkt. Meer dan 75% van de HR managers zegt hulp te kunnen gebruiken met faciliteiten die de brede inzetbaarheid ondersteunen.

Educatie

Het belang van duurzame inzetbaarheid wordt wel bij monde onderkend: 90% vindt zijn eigen inzetbaarheid (heel) belangrijk. Praktisch gezien kiezen de meeste respondenten voor een cursus of opleiding om hun inzetbaarheid te borgen/te verbeteren (71%). Jongere medewerkers geven aan recenter te hebben 'gewerkt' aan hun inzetbaarheid dan oudere medewerkers. Ondanks het feit dat bijna 70% vindt dat hij beschikt over de juiste kennis en vaardigheden voor het uitoefenen van zijn functie, heeft ruim 41% behoefte aan educatie om zijn functie (beter) uit te oefenen. Bijna 42% weet niet wat voor educatie zou bijdragen aan zijn inzetbaarheid. Voor diegenen die dat wel weten (32%) wordt in de open beantwoording helder dat dit vooral scholing betreft om de steeds verdergaande digitalisering van het vak te kunnen (blijven) volgen. Ook HR managers geven aan dat educatie hierop gericht zou moeten zijn. Een kleine 50% zou hier advies en faciliteiten voor willen hebben.

Persoonlijk loopbaanbudget

Ca 50% heeft zijn loopbaanbudget besteed (over een periode van 2009-2013): medewerkers tussen de 35 en 55 jaar hebben hier het meest gevolg aan gegeven. 34% van de respondenten is niet eens op de hoogte van deze mogelijkheid.

Behoud van werk

Als het gaat over zorgen over behoud van baan en zorgen over de toekomstige inhoud van de functie, dan zien we geen opvallende verschillen per leeftijd. Een kleine 20% maakt zich vaak zorgen over het behoud van zijn baan, bijna 50% soms. De HR managers zien vooral veel boventaligheid aankomen. Dit geeft een vertekend beeld, aangezien bijna 60% van de HR-managers-respondenten bij de regionale omroep werkt (waar in 2016 nog wel wat boventaligheid verwacht wordt als gevolg van bezuiniging). Een kleine 50% ziet kansen in aansluiting vinden bij landelijke en/of regionale initiatieven voor – van-werk-naar-werk begeleiding. Bijna 70% zou faciliteiten willen hebben om boventaligen van werk-naar-werk te begeleiden.

Inhoud van het werk

Als het de inhoud van de baan betreft, maakt ca. 16% zich vaak zorgen, ruim 40% soms. Met betrekking tot de 'zorg' die er is over of de kennis en vaardigheden nog wel afdoende zijn voor de toekomstige baan, is het opvallend te zien dat deze zorg vooral (en dan nog niet groot) leeft in de leeftijdsgroep 45-55. Overall, 25% die zich vaak, veelal soms zorgen maakt hierover.

Aandacht voor duurzame inzetbaarheid per werkgever

Ruim 37% geeft aan dat de werkgever aandacht besteed aan duurzame inzetbaarheid, bijna 25% geeft aan dat de werkgever dit niet doet en meer dan 37% weet niet of zijn werkgever hier aandacht aan besteed.

Vitaliteit

Het overgrote deel van de medewerkers geeft aan geen 'last' te ondervinden van (fysieke) vitaliteitsproblemen. Eventueel is er wel behoefte aan interventies op het gebied van

mentale vitaliteit (42%). De HR managers van de werkgevers zien de vitaliteit van medewerkers als een groter probleem. Ook hier blijkt het te gaan over de mentale vitaliteit, de wendbaarheid.

2.3 De knelpunten

Op basis van dit onderzoek en reeds beschikbare documentatie over de sector, is vervolgens in beeld gebracht hoe de in 2.1 genoemde drie ontwikkelingen resulteren in de volgende twee meest urgente knelpunten voor de duurzame inzetbaarheid en werkgelegenheid in de sector:

- Blijvende afname van werkgelegenheid binnen de omroep als gevolg van structurele bezuinigingen op landelijk en regionaal niveau én een steeds verder afnemend marktaandeel van radio en tv (toenemende concurrentie).
- Zorg over het gebrek aan bewustzijn bij medewerkers over het belang van duurzame inzetbaarheid, niet alleen omdat de ontwikkelingen gevolgen hebben voor het aantal banen, maar inhoudelijke en technische ontwikkelingen ook ingrijpen op de inhoud en de aard van de toekomstige banen in onze sector.

2.3.1 Blijvende afname van werkgelegenheid

Het zal niemand ontgaan zijn dat de VVD en de PvdA een regeerakkoord hebben gesloten dat veel bezuinigingen omvat. Ook de Nederlandse publieke omroep is geconfronteerd met omvangrijke kortingen. De bezuinigingen van het Kabinet Rutte I hebben al geleid tot een uitstroom van circa 650 medewerkers uit de sector. Er wordt de komende jaren nog verder gekort op de Rijksomroepbijdrage en hiermee in beginsel op alle omroeporganisaties en instellingen die uit de mediabegroting worden gefinancierd. Overeenkomstig het regeerakkoord worden de bezuinigingen primair opgevangen door (efficiency) verbetering van de organisatie van het publieke omroepbestel.

De Rijksoverheid bezuinigt vooral op de landelijke publieke omroep. Het mediabudget (in 2013: € 871 miljoen) is vanaf 2013 stapsgewijs omlaag gegaan. Deze bezuiniging (Rutte I) loopt op tot een bedrag van € 128 miljoen in 2015. Het kabinet heeft bezuinigd onder andere op:

- de landelijke publieke omroep;
- de Wereldomroep;
- het Muziekcentrum van de Omroep (MCO);

Vanaf 2016 zal het kabinet Rutte II extra bezuinigen doorvoeren op het mediabudget. Het budget gaat tot eind 2017 met nog eens € 50 miljoen omlaag. Deze bezuinigingen komen vooral terecht bij de landelijke publieke omroep door onder meer het opheffen van de levensbeschouwelijke 2.42 omroepen. De regionale omroepen krijgen een efficiencytaakstelling van € 17 miljoen¹ die deel uitmaakt van de voornoemde bezuiniging van 50 miljoen.

¹ Al deze cijfers zijn ontleend aan de Rijksoverheid: <http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/media-en-publieke-omroep>

De landelijke publieke omroep had als opdracht om in 2016 nog maar uit 8 omroepen te bestaan. Deze reorganisatie is inmiddels geeffectueerd. De taakomroepen NOS (nieuws en sport) en NTR (minderheden, kunst, cultuur en educatie) zijn blijven bestaan. Daarnaast zijn de volgende omroeporganisaties gefuseerd:

1. de KRO en de NCRV;
2. de VARA en BNN;
3. de TROS en de AVRO.

De omroepen EO, MAX en de VPRO blijven (voorlopig) zelfstandig.

Radio dient nog € 5 miljoen te bezuinigen in 2016/2017. Naar verwachting zal dit gepaard gaan met werkgelegenheidsverlies. Dit zal vooral specialistische technische, productionele en redactionele functies treffen.

2.3.2.1 Sectorale ontwikkelingen die ingrijpen op de aard en de inhoud van de werkgelegenheid

- A De opkomst en concurrentie van nieuwe media: verandering kijkersgedrag**
De technologische veranderingen en de internationale reactie daarop van steeds groter wordende mediaconglomeraten zijn een factor van belang. Betrouwbare en onafhankelijke media-inhoud is niet meer vanzelfsprekend. Het publiek op traditionele platforms als televisie en radio vergrijst, jonge doelgroepen worden moeilijk bereikt.
- B Content is dominant.** Daarmee is niet langer het platform, het medium, i.c. de omroep het belangrijkste. Content wordt gedeeld, wordt doorgelinkt, in netwerken uitgewisseld, veranderd, bediscussieerd en verworpen.
- C Het bestaan van diverse platformen voor aanbod.** Het oude eenrichtingsverkeer van vroeger (de uitzending bekijken) bestaat nog steeds, maar tegelijkertijd worden programma's via sociale media bediscussieerd en gedeeld; is de uitzending op websites en mobiel op telefoons en tablets te volgen; is het programma lang na (en zelfs voor) de uitzending terug te vinden. Er is sprake van het verlangen tot 'onmiddellijkheid': het kijken wanneer 'het de kijker uitkomt', overal bij zijn op het moment dat er iets gebeurt, in staat te delen en te (be)oordelen, of van het verlangen om in een keer een hele serie uit te kijken. Er zal dus voor de digitale platformen niet lineair geprogrammeerd moeten worden, er zullen andere vaardigheden nodig zijn en nieuwe redacties ontstaan.
- D Merken en namen worden in het voller rakende medialandschap steeds belangrijker** Aantrekkelijkheid en identiteit worden veel meer bepaald door de 'naam' van het product (programma), soms de maker/afzender, soms de presentator. Merken zijn relaties. Ook de NPO wil een sterke relatie met zijn publiek. Dat is ook nodig in de strijd met de grote internationale merken als Netflix, HBO en straks misschien ook Fox. Het merk 'NPO' bezit nu weinig aantrekkelijkheid en staat vooral voor een bestuurlijk orgaan, niet voor een gedreven club van makers.
- E Het Nederlands product komt in het gedrang.** De publieke omroep is een Nederlandse omroep. Ondertussen betreden grote buitenlandse spelers de Nederlandse markt. Netflix is bijvoorbeeld in één jaar tijd een factor van betekenis geworden. HBO is overal te vinden. Fox staat nog maar aan het begin van zijn

activiteiten. Van oorsprong Nederlandse productiemaatschappijen worden opgekocht door grote internationale partijen als Time Warner en Freemantle. Deze telecomproviders azen op eigen aanbod en content. De concurrentie is nu 'veel breder, veel onverwachter én veel internationaler'. De nieuwe spelers zijn vaak veel groter en kapitaalcrachtiger en hebben de aantrekkelijkheid van de sexy nieuwkomer; ze hoeven bovendien niet per definitie content voor alleen de Nederlandse markt te maken. Buitenlandse producties kunnen in die omstandigheden steeds dieper het Nederlandse DNA, de Nederlandse identiteit, mee veranderen.

- F. Digitalisering heeft ook de relaties tussen omroep en publiek fundamenteel veranderd.** Deze ontwikkeling zal zich alleen maar doorzetten. Van passieve kijker tot actieve meespeler en maker. Vanzelfsprekend zullen zowel nu als straks grote groepen kijkers of luisteraars alleen maar consumeren. Langjarige trends tonen echter aan dat uiteindelijk alle generaties steeds meer digitaal actief worden en actief omgaan met wat de omroepen – en anderen – maken. De hiërarchische, verticale onderlinge relatie is veranderd in een horizontale. Grote organisaties opereren in netwerken vlak naast en met individuen.

Deze ontwikkelingen bieden niet alleen bedreigingen zoals verlies van werkgelegenheid, maar ook nieuwe kansen. Om die kansen te kunnen oppakken is het allereerst noodzakelijk om medewerkers ervan te doordringen dat (duurzame) inzetbaarheid en loopbaan ontwikkeling noodzakelijk is.

2.3.2.2 Technologische ontwikkelingen die ingrijpen op de aard en de inhoud van de werkgelegenheid

Televisie

De op zichzelf staande technologische ontwikkelingen betreffen ontwikkelingen op het gebied van productie en distributie. Door meer geavanceerde apparatuur wordt het steeds makkelijker om producties te vervaardigen, deze te monteren en via Internet te uploaden c.q. te distribueren tot elk gewenst medium. Dit heeft ondubbelzinnig tot gevolg dat bestaande functies verdwijnen dan wel worden geïntegreerd tot één nieuwe functie. De Nederlandse Publieke Omroep is gedwongen om haar business model aan te passen om de concurrentieslag met andere media op langere termijn te overleven. De komst van Internet heeft invloed op de marketing van een programma, de distributie daarvan en heeft additionele communicatiemogelijkheden met de kijker opgeleverd via Sociale Media. De rol van TV neemt af.

Radio

Daar waar het radio maken een enorme digitaliseringsslag doormaakt (net als televisie) is de distributie van radio nu nog voornamelijk analoog, via FM. In maart 2014 is DED (Digitale Ether Distributie) voor de NPO opgeleverd, de opvolger van de AM/FM frequentie. Naar verwachting zal het Nederlandse Publiek over een jaar of 10 volledig digitaal naar radio luisteren. Digitale radio biedt meer variatie, minder schaarste en meer mogelijkheden.

Aansluitend op de trend dat het publiek een groeiende behoefte heeft aan beleving, biedt digitalisering de mogelijkheid om tekst en beeld aan radio toe te voegen. Deze ontwikkeling (radio maken met toevoeging van tekst en beeld) raakt nagenoeg alle functies. Het toevoegen van beeld en tekst bij radio betreft een andere techniek dan beeld en tekst voor televisie: met name omdat beeld en tekst een secundaire rol hebben bij radio.

Doordat de techniek steeds geavanceerder wordt en het maken van radio daardoor eenvoudiger, kunnen radiomakers steeds meer zelf doen. Dit 'zelf doen' heeft ook nog een push gekregen door de bezuinigingen. Hierdoor worden steeds minder programmatechnici ingezet (deze werden voorheen veelal ingehuurd bij Ericsson). De hedendaagse radiostudio is een complete cockpit geworden: de DJ bedient de panelen, schuift zelf, geeft (gesproken) inhoud aan het programma en interacteert gelijktijdig met het publiek via Sociale Media.

2.4 Ontwikkelingen en trends in de regionale omroep

De regionale omroepen zijn belangrijke leveranciers van journalistiek in de regio. Het is hun publieke taak om een basis journalistieke voorziening in de regio te waarborgen. Om die taak te vervullen moeten zij inspelen op de veranderingen in productie, distributie en consumptie van de journalistiek. De journalistiek verandert sterk. Het business model van de kranten staat onder druk. De fijnmazige journalistiek dreigt te verdwijnen. De sector staat voor de taak om te bezuinigen en te investeren in nieuwe ontwikkelingen zoals nieuwsapps voor smartphones en voor smart tv.

Staatssecretaris Dekker noemt in zijn brief aan de Tweede Kamer van 21 maart 2014 dat er nieuwe vormen van journalistiek en journalistiek ondernemerschap ontstaan als gevolg van digitalisering, globalisering en convergentie.

De staatssecretaris geeft aan dat de transitie die media-ondernemers moeten doormaken, niet vanzelf gaat. Zij moeten nieuwe kansen (leren) zien en benutten om hun nieuwsproducten ook in deze tijd te laten floreren. Om dat te kunnen realiseren, noemt hij voor de regio's - naast investeringen en onderzoek - twee belangrijke aandachtspunten die relevant zijn, te weten:

1. journalistieke samenwerking in de regio en
2. opleidingen die aansluiten op de ontwikkelingen in de productie, de distributie en de consumptie van het journalistieke nieuws.

Vornoemde aandachtspunten van staatssecretaris Dekker sluiten naadloos aan op het plan dat de regionale publieke omroep al eerder hebben gepubliceerd onder de titel: *'Toekomstvenster op de publieke regionale omroep'* (april 2013). In dit plan wordt een visie gegeven op de invulling van de taak en werking van de Nederlandse publieke regionale omroepen in de toekomst (2013-2020) binnen de voorgenomen plannen van het kabinet Rutte II. Het plan omvat onder meer efficiencymaatregelen door meer regionale en landelijke samenwerking en gerichte scholing.

Deze maatregelen behoeven een eerste stap: zorgdragen voor algehele bewustwording over het belang van duurzame inzetbaarheid.

Journalistieke samenwerking in de regio

Van de regionale omroepen wordt samenwerking met andere nieuwsorganisaties in de regio verwacht, zoals recent opnieuw werd geadviseerd door de Raad voor Cultuur in haar rapport: *'De tijd staat open'*. De Raad heeft onderzoek gedaan naar het bestendigen van de publieke omroep voor de toekomst. Het onderzoek geeft aan dat de mediasituatie in de regio zorgwekkend is, door de jarenlange oplagedalingen bij de regionale dagbladen en de bezuinigingen bij de regionale omroepen.

De Raad voor Cultuur bepleit daarom - met name op het gebied van de nieuws- en informatievoorziening in de regio - de samenwerking tussen publieke regionale omroep en private dag- en nieuwsbladen. De regionale omroep is bereid tot meer samenwerking en kan met de publieke middelen een basis journalistieke voorziening garanderen die door samenwerking ten goede komt aan de nieuwsvoorziening in de regio.

Een andere vorm van samenwerking waar het ministerie op aanstuurt, is de samenwerking van de landelijke- en regionale omroepen. Om de publieke journalistiek in Nederland te versterken, werken de regionale omroepen samen met de NOS, maar is samenwerking met omroepverenigingen en hun nieuws- en actualiteitenredacties ook heel goed mogelijk. Door uitwisseling van nieuwsitems wordt er efficiency gerealiseerd in de nieuwsgaring. Voor de uitwisseling van nieuwsitems hebben de regionale omroepen een gezamenlijke redactie. Deze redactie is op de vloer geplaatst van de NOS om de samenwerking te versterken.

Consequenties van bezuinigingen en de voortschrijdende technologische ontwikkelingen

De journalistiek wordt zo veel mogelijk gespaard bij de besparingen die de regionale omroepen moeten realiseren. Technologische ontwikkelingen landen in de regio echter nog harder dan elders omdat regionale omroepen in belangrijke mate nog hun technische faciliteiten in hun eigen organisatie beheren. Deze veranderingen vragen dus nieuwe vaardigheden van de medewerkers.

De bezuinigingen worden thans ingevuld door uitwerking in diverse scenario's. Deze scenario's (samenwerking, opleidingen, andere juridische ophanging) hebben grote invloed op welke werkgelegenheid blijft en welke werkgelegenheid vervalst. Desalniettemin dient er rekening te worden gehouden met een kwantitatief verlies aan arbeidsplaatsen. Dit kan niet opgevangen worden door natuurlijk verloop, die in de sector ongeveer 6% per jaar is.

3. Gevolgen knelpunten: conclusies m.b.t. te ontwikkelen beleid

De ingrijpende bezuinigingen van de Kabinetten Rutte I en Rutte II, de opkomst van concurrentie van nieuwe media en razendsnelle technologische ontwikkelingen hebben per definitie consequenties voor zittende medewerkers van de publieke omroep. Al dit jaar, maar zeker ook nog in 2015 / 2016 zullen de gevolgen van de overige bezuinigingen op de landelijke publieke omroep duidelijk worden. Deze bezuinigingen kunnen niet alleen worden opgevangen door meer efficiëntie, goedkopere producties, minder eigen programma's en meer herhalingen. In 2016 zal als gevolg van de noodzakelijke bezuinigingen voor 2017 bij de regionale omroep ook in de regio boventaligheid ontstaan. Door technologische ontwikkelingen en de opkomst van nieuwe media veranderen bovendien de onderlinge verhoudingen tussen organisaties en veranderen ook de inhoud van de functies van veel van de blijvende medewerkers.

De duurzame inzetbaarheid van medewerkers in de sector staat met andere woorden onder druk. Hieronder wordt weergegeven hoe de uit de analyse gebleken acute arbeidsmarktknelpunten zich verhouden tot de vooraf als prioritair aangewezen onderwerpen op het gebied van sociale innovaties in de sector.

1. Het principe 'van werk-naar-werk'

Binnen de Publieke Omroep bestaat een Sociaal Plan (ten tijde van het schrijven van deze evaluatie is deze niet langer van kracht en wordt dit opnieuw met vakorganisaties (tezamen met de CAO) besproken). Dit Sociaal Plan voorziet in een ontslagvergoeding enerzijds en een beschikbaar budget voor 'activiteiten die de arbeidsmarkt positie verbeteren'. De ervaring leert dat een deel van de boventaligen geen gebruik maakt van dit beschikbare budget en dat diegenen die dit wel doen veelal kiezen voor 'opleidingen' en niet voor loopbaan- en/of outplacementbegeleiding.

Het lijkt een 'norm': met het beëindigen van de arbeidsovereenkomst, wordt ook het psychologische contract tussen werknemer en werkgever ontbonden. Boventaligen gaan naar 'huis', komen in een jungle terecht van bureaus en opleidingen, geven hier wel geld aan uit, maar zonder duidelijk plan/doel. Uit de sectorale analyse is gebleken dat er een grote afname van de werkgelegenheid wordt verwacht. Gecombineerd met de hier geschetste ontwikkelingen m.b.t. het onderwerp 'van werk naar werk', kan dus worden geconcludeerd dat er dringend behoefte is aan nieuw beleid op het gebied van-werk-naar-werk.

2. Het uitgangspunt 'vast contract – is variabele functie'

Medewerkers hebben geen tot weinig zicht op loopbaanmogelijkheden elders binnen de omroep. Hier is echter wel behoefte naar, vanwege de geschetste knelpunten: afname van de werkgelegenheid en technologische ontwikkelingen bedreigen vaste functies. De interne mobiliteit onder vaste medewerkers is echter nog nihil: van 'variabele functies' is onvoldoende sprake. Naast werknemers zien ook HR Managers van werkgevers het toenemende belang in van interne mobiliteit als instrument voor duurzame inzetbaarheid. Er is behoefte aan nieuw beleid gericht op loopbaanontwikkeling.

3. Permanente educatie en persoonlijke ontwikkelingsbudgetten

Educatie als instrument wordt per omroep ingezet, waarbij de inzet hiervan verschilt, zowel in omvang als in aanleiding (noodzaak vanuit de werkgever, vraag vanuit de werknemer). Medewerkers geven aan behoefte te hebben aan scholing vanwege het tweede geschetste knelpunt, de steeds verdergaande digitalisering van het vak. HR managers onderschrijven deze noodzaak. Een te groot aantal medewerkers zet zijn persoonlijk loopbaanbudget echter niet in. Ook niet na herhaalde oproep. De kwaliteit van leidinggevenden (als gesprekspartner in de dialoog over ontwikkeling) wordt door meer dan 50% als speerpunt benoemd. Er is behoefte aan nieuw beleid om persoonlijke loopbaanontwikkeling 'vlot te trekken'

4. Het opzetten van een vitaliteitsprogramma

Op basis van de geschetste knelpunten – en het onderzoek onder de medewerkers – lijkt vitaliteit geen prioriteit te hebben. Wel geven werkgevers aan dat voor zover er aandacht nodig is voor vitaliteit, dit mentale vitaliteit betreft. Er is aldus geen acute noodzaak tot het ontwikkelen van een nieuw vitaliteitsprogramma.



Activiteit b: Beleidsplan

Inhoudsopgave

Inleiding

- 1. Resultaten van de analyse**
 - 1.1 Conclusie
- 2. Ervaringen opgedaan met pilots en maatregelen**
- 3. De beleidsmaatregelen – een overzicht**
- 4. Mobiliteit: van werk naar werk**
 - 4.1 Transformatie van de rol van de Publieke Omroep in van werk-naar-werk
 - 4.1.1 Hoe wordt nu omgegaan met van werk-naar werk
 - 4.1.2 Waar willen we naar toe met van werk-naar werk
- 5. Loopbaanontwikkeling: brede inzetbaarheid**
 - 5.1 Een nieuwe visie op loopbaan
 - 5.1.1 Hoe wordt nu omgegaan met loopbaanbeleid
 - 5.1.2 Waar willen we naar toe met loopbaanbeleid
 - 5.2 Toekenning van loopbaanbudget als blijvend instrument
 - 5.2.1 Hoe wordt nu omgegaan met persoonlijk loopbaanbudget
 - 5.2.2 Waar willen we naar toe met persoonlijk loopbaanbudget
 - 5.3 Interne mobiliteit/job roulatie
 - 5.3.1 Hoe wordt nu omgegaan met interne mobiliteit
 - 5.3.2 Waar willen we naar toe met interne mobiliteit/job roulatie
 - 5.4 Duurzame inzetbaarheid als onderwerp(en) in de dialoog tussen leidinggevende en medewerker (POP)
 - 5.4.1 Hoe wordt nu omgegaan met ontwikkeling/POP
 - 5.4.2 Waar willen we naar toe met ontwikkeling/POP/de dialoog
- 6. Scholing**
 - 6.1 Het belang van inzet van scholing voor de eigen functie (en een toekomstige functie)
 - 6.1.1 Hoe wordt nu omgegaan met educatie
 - 6.1.2 Waar willen we naar toe met educatie

Inleiding

De Publieke Omroep bestaat uit 27 verschillende omroeporganisaties met elk een eigen P&O afdeling en een eigen P&O beleid. Samen vallen zij onder dezelfde CAO, waarin duurzame inzetbaarheid van medewerkers een steeds belangrijker wordende paragraaf is. Om werkelijk handen en voeten te geven aan deze paragraaf is het van belang dat de omroepen duurzame inzetbaarheid beleidsmatig en instrumenteel vormgeven: een op dit onderdeel gezamenlijk optrekken is dus van groot belang. De tot op heden veelal gefragmenteerde aanpak enerzijds heeft geleid tot grote verschillen tussen omroepen, anderzijds tot een meer incidentele actie.

Sociale partners zien voor zichzelf de taak weggelegd om voor de omroepen beleid te formuleren op het gebied van duurzame inzetbaarheid, daartoe kansrijke initiatieven te stimuleren, ervaringen te delen en bewustwording daaromtrent te vergroten. Om een beleidsplan te kunnen opstellen met voldoende draagvlak en effectiviteit, is een gezamenlijke visie op het gebied van duurzame inzetbaarheid noodzakelijk alsook de bereidheid om op basis daarvan de bestaande cao op onderdelen te moderniseren.

Voor u ligt het beleidsplan 'Duurzame Inzetbaarheid' dat voorziet in een nadere uitwerking en een gezamenlijk en duurzaam optrekken op het gebied van loopbaanontwikkeling, scholing en mobiliteit. Dit beleid is tot stand gekomen (mede) op basis van de resultaten uit de sectorale analyse die heeft plaatsgevonden als onderdeel van het ESF actie E project "Wijzer werken met WerkStation". Ook de resultaten en conclusies van de uitgevoerde pilots binnen ditzelfde project hebben bijgedragen aan de ontwikkeling en aanscherping van dit beleidsplan. Dit plan is daarmee het 'sluitstuk' van het project "Wijzer werken met WerkStation" en voorziet in enkele maatregelen die de komende jaren binnen de Publieke Omroep tot uitvoering moeten worden gebracht om de duurzame inzetbaarheid van zowel zittende als vertrekkende werknemers duurzaam te verbeteren.

De Publieke Omroep zet met dit beleidsplan de komende jaren fors in op loopbaanontwikkeling, scholing alsook het vergroten van de mobiliteit van medewerkers zowel binnen als buiten de sector. Begeleiding van werk-naar-werk hoort hier ook bij. Vitaliteit zal vooral in preventieve zin aandacht krijgen.

1. Resultaten van de sectorale analyse

Uit de sectorale analyse kwamen de volgende twee arbeidsmarktknelpunten naar voren:

- Blijvende afname van werkgelegenheid binnen de omroep als gevolg van structurele bezuinigingen op landelijk en regionaal niveau én een steeds verder afnemend marktaandeel van radio en tv (toenemende concurrentie).
- Zorg over het gebrek aan bewustzijn bij medewerkers over het belang van duurzame inzetbaarheid, niet alleen omdat de ontwikkelingen gevolgen hebben voor het aantal banen, maar inhoudelijke en technische ontwikkelingen ook ingrijpen op de inhoud en de aard van de toekomstige banen in onze sector.

Deze resulteerden in onderstaande conclusies voor de 4 kernonderwerpen waar “Wijzer werken met WerkStation” zich in eerste instantie op richtte.

1. *Het principe ‘van werk-naar-werk’*

Binnen de Publieke Omroep bestaat een Sociaal Plan (ten tijde van het schrijven van deze evaluatie is deze niet langer van kracht en wordt dit opnieuw met vakorganisaties (tezamen met de CAO) besproken). Dit Sociaal Plan voorziet in een ontslagvergoeding enerzijds en een beschikbaar budget voor ‘activiteiten die de arbeidsmarkt positie verbeteren’. De ervaring leert dat een deel van de boventalligen geen gebruik maakt van dit beschikbare budget en dat diegenen die dit wel doen veelal kiezen voor ‘opleidingen’ en niet voor loopbaan- en/of outplacementbegeleiding.

Het lijkt een ‘norm’: met het beëindigen van de arbeidsovereenkomst, wordt ook het psychologische contract tussen werknemer en werkgever ontbonden. Boventalligen gaan naar ‘huis’, komen in een jungle terecht van bureaus en opleidingen, geven hier wel geld aan uit, maar zonder duidelijk plan/doel. Uit de sectorale analyse is gebleken dat er een grote afname van de werkgelegenheid wordt verwacht. Gecombineerd met de hier geschetste ontwikkelingen m.b.t. het onderwerp ‘van werk naar werk’, kan dus worden geconcludeerd dat er dringend behoefte is aan nieuw beleid op het gebied van-werk-naar-werk.

2. *Het uitgangspunt ‘vast contract – is variabele functie’.*

Medewerkers hebben geen tot weinig zicht op loopbaanmogelijkheden elders binnen de omroep. Hier is echter wel behoefte naar, vanwege de geschetste knelpunten: afname van de werkgelegenheid en technologische ontwikkelingen bedreigen vaste functies. De interne mobiliteit onder vaste medewerkers is echter nog nihil: van ‘variabele functies’ is onvoldoende sprake. Naast werknemers zien ook HR Managers van werkgevers het toenemende belang in van interne mobiliteit als instrument voor duurzame inzetbaarheid. Er is behoefte aan nieuw beleid gericht op loopbaanontwikkeling.

3. *Permanente educatie en persoonlijke ontwikkelingsbudgetten*

Educatie als instrument wordt per omroep ingezet, waarbij de inzet hiervan verschilt, zowel in omvang als in aanleiding (noodzaak vanuit de werkgever, vraag vanuit de werknemer). Medewerkers geven aan behoefte te hebben aan scholing vanwege het tweede geschetste knelpunt, de steeds verdergaande digitalisering van het vak. HR managers onderschrijven deze noodzaak. Een te groot aantal medewerkers zet zijn persoonlijk loopbaanbudget echter niet in. Ook niet na herhaalde oproep. De kwaliteit van leidinggevend (als gesprekspartner in de dialoog over ontwikkeling) wordt door meer dan 50% als speerpunt benoemd. Er is behoefte aan nieuw beleid om persoonlijke loopbaanontwikkeling ‘vlot te trekken’

4. *Het opzetten van een vitaliteitsprogramma*

Op basis van de geschetste knelpunten – en het onderzoek onder de medewerkers – lijkt vitaliteit geen prioriteit te hebben. Wel geven werkgevers aan dat voor zover er aandacht nodig is voor

vitaliteit, dit mentale vitaliteit betreft. Er is aldus geen acute noodzaak tot het ontwikkelen van een nieuw vitaliteitsprogramma.

1.1 Conclusies sectorale analyse

De benoemde inhoudelijke ontwikkelingen en alle technologische innovaties, leiden ertoe dat een omslag in het denken en handelen nodig is voor de medewerkers van publieke omroep.

Met een personeelsbestand waarvan 46% ouder is dan 45 jaar, 16% ouder dan 55 en 42% van de werknemers al langer dan 10 jaar dezelfde functie vervult bij dezelfde omroeporganisatie, kan de gewenste omslag onmogelijk worden gemaakt zo lang medewerkers zelf niet bewust of zelfs overtuigd zijn van het belang van hun eigen duurzame inzetbaarheid. Blijvende aandacht in de communicatie hierover is dus ook van groot belang.

Het advies is om het van-werk-naar-werk budget voortkomend uit het thans vigerende Sociaal Plan aan te scherpen, concreet te maken. Dit om de besteding van de beschikbaar gestelde budgetten vaker én effectiever te (laten) besteden. Waarbij de keuze vrijheid wel overeind blijft en er vooral ingezet wordt op stimulans. Er is behoefte aan concrete maatregelen gericht op werk-naar-werk.

In de ogen van werkgevers onderschatten werknemers de mate waarin hun kennis/kunde en vaardigheden voldoende zijn om hun functie goed te kunnen (blijven) uitvoeren.

Er is voor medewerkers transparantie nodig in loopbaan(mogelijkheden) om te kunnen bewegen tussen de omroeporganisaties en functielijnen. Maar ook in de dialoog tussen leidinggevende en medewerker dient verbetering te komen: aandacht voor de toekomst en de verwachtingen.

Aan medewerkers moet een curriculum aan opleidingen worden geboden, welke voorziet in de behoefte aan én noodzaak voor scholing op het gebied van digitalisering / technologische veranderingen en andere ontwikkelingen in het vakgebied. Dit draagt in belangrijke mate bij aan de inzetbaarheid, zowel binnen maar ook buiten de omroep. Blijvend moet worden ingezet op het belang van de inzet van het loopbaanbudget ten behoeven van de eigen (persoonlijke- en loopbaan)ontwikkeling.

Als ingezet wordt op vitaliteit, dan dient de focus te liggen op het mentale aspect daarvan. Omdat dit gelet op de sectorale analyse echter minder urgent is, is hiervoor geen nieuw beleid ontwikkeld.

2. Ervaringen opgedaan met pilots en maatregelen

Onderdeel van het ESF project “Wijzer werken met WerkStation” was de uitvoering van pilots waarin enkele beschikbare instrumenten gericht op duurzame inzetbaarheid werden getest i.s.m. diverse omroepen. De resultaten / conclusies van deze pilots zijn gebruikt voor de aanscherping van de maatregelen uit dit beleidsplan en staan hieronder kort benoemd. Een verslag van de pilots is in een apart document beschreven.

Pilots ‘van werk-naar-werk’

Ook uit de pilot ‘Toekomstbedrijf’ (naam van de pilot van-werk-naar-werk, zie de bijlage ‘verslag van de pilots’) blijkt dat de arbeidsmarkt voor omroepmedewerkers zeer lastig is. Er zijn beperkt vacatures bij de omroepen omdat er over de gehele breedte sprake is van krimp. Vacatures die er wel zijn, zijn vrijwel altijd tijdelijk en voor korte duur. De markt is steeds meer projectmatig: medewerkers worden voor de duur van het programma ingehuurd. Dat geldt helemaal voor de buitenproducenten. Zij denken en werken vanuit projecten. Omroepmedewerkers zien de communicatiemarkt als alternatief. Deze is echter sterk verzadigd en wordt overspoeld door jonge net afgestudeerde specialisten. In de overige mediabedrijven is ook sprake van krimp (uitgeverijen en geschreven pers).

De deelnemers hebben de pilot goed geëvalueerd. Zij zien het ‘Toekomstbedrijf’ als een structuur om te groeien. Als een uitvalsbasis, als een warm bad en als een stimulerende lerende groep. Het samen werken aan je eigen en elkaars doelen hebben ze heel positief ervaren en heeft ook een goed resultaat opgeleverd.

Pilots ‘vast contract – is variabele functie’

Uit deze pilots blijkt ook dat job roulatie als instrument om de interne mobiliteit te stimuleren, aan te jagen, wordt gezien en erkend. In de praktijk – tijdens de pilots - blijkt het echter wel lastig om dit werkelijk van de grond te krijgen. Financiële dilemma’s spelen een rol, maar ook wordt ‘op de vloer’ het lastig gevonden dat een ervaren kracht (tijdelijk) vertrekt en wat krijg je er dan voor terug? De vloer is niet zo investeringsbereid en laat het ‘eigen belang’ (het werk moet af, een goed programma) prevaleren.

3. De beleidsmaatregelen – een overzicht

Op basis van de sectorale analyse (de daarin gebleken knelpunten en conclusies), de resultaten van de pilots en ervaringen met bestaand beleid, is een aantal nieuwe beleidsmaatregelen / aanpassingen aan bestaande maatregelen geformuleerd zodat er een op de toekomst afgestemd beleid gericht op duurzame inzetbaarheid beschikbaar komt. Dit is hieronder kort in schema weergegeven en wordt in de navolgende hoofdstukken verder uitgewerkt.

BELEID: DUURZAME INZETBAARHEID

Knelpunten:

- ➔ Blijvende afname van werkgelegenheid
- ➔ inhoudelijke en technische ontwikkelingen grijpen in op de inhoud en de aard van de toekomstige banen in onze sector, maar bewustzijn belang duurzame inzetbaarheid is gering.

Analyse op basis van enquête onder medewerkers en HR managers.

Ervaring met pilots en andere maatregelen:

Van werk naar werk
Job roulatie

Bewustwording belang duurzame inzetbaarheid

Stimuleren loopbaanbudget

Rol van leidinggevenden

Onderstaande beleidsterreinen dragen allen bij aan de duurzame inzetbaarheid van onze medewerkers.

De mate waarin welk beleidsterrein met bijbehorend instrument/maatregel bijdraagt aan de individuele

Duurzame inzetbaarheid is per persoon verschillend.

Door verschillende beleidsterreinen aan elkaar te verbinden en op te hangen aan Duurzame inzetbaarheid .

Maatregelen op de diverse beleidsterreinen

Mobiliteit: van Werk naar werk boventalligen

- a. Mobiliteitscentrum, aansluiting vinden bij CAO/Sociaal Plan

Werkwijzer

Centraal in de communicatie blijft het Werkwijzer staan: het platform voor boventalligen met nuttige informatie, ontwikkelingsaanbod en informatie rondom outplacement

Loopbaanontwikkeling: Brede inzetbaarheid

- b. Loopbaanbeleid
- c. Loopbaanbegeleiding (persoonlijk loopbaanbudget)
- d. Job roulatie
- e. Ontwikkeling is onderdeel van HR gesprekscyclus en (toekomst)plan (POP)

Scholing

- f. (Diverse vormen van) scholing voor de eigen en toekomstige functie

Werkstation

Centraal in de communicatie en het aanbod van instrumenten blijft het Werkstation staan: het platform voor inspiratie, ontwikkelingsgericht aanbod en informatie rondom ontwikkeling en inzetbaarheid.

4. Mobiliteit: van werk naar werk

4.1. Transformatie van de rol van de Publieke Omroep in van-werk-naar-werk

Bezuinigingen, modernisering en veranderende wetgeving noopt de Publieke Omroep om opnieuw na te denken over haar rol in geval van boventalligheid. Welke verantwoordelijkheid neemt zij zelf, welke legt zij bij de boventallige neer? En wat wil de boventallige zelf?

4.1.1 Hoe wordt nu omgegaan met van-werk-naar-werk?

De Publieke Omroep heeft altijd aandacht geschonken aan de belangen van medewerkers met wie onverhoopt het dienstverband voortijdig beëindigd moest worden. Hiertoe is een zorgvuldig Sociaal Plan opgesteld. Dit Sociaal Plan (ten tijde van het schrijven van deze evaluatie is deze niet langer van kracht en wordt dit opnieuw met vakorganisaties (tezamen met de CAO) besproken) voorziet in een ontslagvergoeding enerzijds en een beschikbaar budget voor 'activiteiten die de arbeidsmarkt positie verbeteren'. Het lijkt een 'norm': met het beëindigen van de arbeidsovereenkomst, wordt ook het psychologische contract tussen werknemer en werkgever ontbonden en is bemoeienis van de werkgever niet langer gewenst. Boventalligen gaan naar 'huis', komen in een jungle terecht van bureaus en opleidingen, geven hier wel geld aan uit, maar zonder duidelijk plan/doel. De ervaring leert (op basis van persoonlijke gesprekken) dat ongeveer de helft van de boventalligen gebruik maakt van dit budget en dat minder dan 10% dit inzet voor outplacementbegeleiding. Veelal wordt het budget ingezet voor scholing; waarbij in de huidige situatie niet voldoende wordt getoetst of de gekozen opleiding 'past' en werkelijk bijdraagt aan de verbetering van de arbeidsmarktpositie. Bovendien is deze toetsing per definitie arbitrair: aan wie is te bepalen of een bepaalde scholing wel of niet bijdraagt aan de verbetering van de arbeidsmarktpositie?

4.1.2 Waar willen we naar toe met van werk-naar-werk?

Vanuit haar maatschappelijke verantwoordelijkheid acht de Publieke Omroep het van belang om meer te doen dan alleen financiële middelen ter beschikking te stellen en wil zij een actievere rol vervullen in het begeleiden van medewerkers van werk-naar-werk om zo te voorkomen dat medewerkers (langdurig) in een uitkeringssituatie komen dan wel in een isolement terecht komen. Tegelijkertijd wil zij haar medewerkers de ruimte blijven bieden om ook zelf keuzes te maken en initiatief te nemen.

Omdat op voorhand niet bekend is waar precies de boventalligheid ontstaat, gaan er mobiele mobiliteitscentra worden gecreëerd: fysieke ruimtes waar boventalligen bijeen kunnen komen. Deze ruimtes ontstaan als er behoefte is en gaan weer weg als deze behoefte er niet meer is. Uitgangspunt is een 'verblijf' van 9-12 maanden voor elke deelnemer die boventallig is geworden, startend met een workshop waarin aandacht is voor de verwerking. Binnen die fysieke ruimtes worden groepen (van maximaal 15 deelnemers boventalligen) bijeen gebracht, al dan niet alleen afkomstig vanuit de Publieke Omroep. Zij worden, in navolging van de succesvolle pilot 'toekomstbedrijf', groepsgewijs én individueel begeleid naar ander werk. Zodra er een mobiel centrum wordt opgericht zal regionaal nadrukkelijk worden gezocht naar samenwerking en intersectorale uitwisseling. Dit om veel aandacht te geven aan de arbeidsmarkt buiten de media. Medewerkers die kiezen voor aansluiting bij dit mobiliteitscentrum worden deels/geheel vrijgesteld van arbeid gedurende een deel van hun opzegtermijn en besteden een nader te bepalen deel van hun 'Sociaal Plan budget' aan deze vorm van begeleiding, waardoor er nog individueel budget over is voor eventuele scholing.

5. Loopbaanontwikkeling: Brede inzetbaarheid

5.1 Een nieuwe visie op loopbaan

Door technologische ontwikkelingen veranderen functies ook van inhoud, soms geleidelijk, soms snel en ad hoc. Soms vervallen functies ook, omdat taken grotendeels of geheel kunnen worden geautomatiseerd of kunnen worden opgenomen binnen andere functies. Dit noopt tot brede inzetbaarheid van medewerkers. Brede inzetbaarheid ontstaat door het vermogen op meerdere functies te (kunnen) werken (of dezelfde functie op meerdere afdelingen), bij meerdere werkgevers (te kunnen) werken, flexibel te zijn in denken en doen en blijvend nieuwe en andere ervaringen op te doen (uitgangspunt 'vast contract- is variabele functie').

De in snel tempo voltrekkende technologische ontwikkelingen en maatschappelijke veranderingen, in combinatie met de plicht om langer door te werken, levert een druk op voor werknemers en werkgevers. Deze druk is van invloed op de noodzaak voor (bij)scholing van bestaande medewerkers, maar ook voor een andere kijk op 'loopbaan'.

5.1.1. Hoe wordt nu omgegaan met loopbaanbeleid

Het geringe natuurlijke verloop en de afnemende werkgelegenheid leidt thans tot minimale doorgroeimogelijkheden. De 'cultuur' leidt tot geen of weinig horizontale (laat staan neerwaartse) loopbaanbewegingen. Het is een in onze cultuur gegroeide gewoonte dat we kennelijk nooit meer 'achteruit' willen gaan. Bovendien zijn de individuele omroepen te klein in omvang om loopbaanmogelijkheden van betekenis te kunnen bieden: er is nu weinig tot niet sprake van een functionerend loopbaanbeleid. Echter samen zijn de omroepen meer dan groot genoeg voor tal van mogelijkheden.

5.1.2. Waar willen we naar toe met loopbaanbeleid

Doel is om het begrip loopbaan uit de 'promotie-context' te trekken. Wij beogen dat een individuele loopbaan wordt gezien vanuit een perspectief waar werkgever én werknemer kijken welke functie en positie het meest 'passend' is voor de werknemer. Een context waarin een 'loopbaan' opwaartse, zijwaartse en ook neerwaartse bewegingen kent: een loopbaan als een klimrek, niet als een ladder. Als we denken aan een loopbaan, dat gaat het om de beweging, niet langer om de richting van de beweging. Het gaat hier nadrukkelijk om het willen veranderen van de mindset, de mogelijke beperkte gedachte over 'loopbaan' te verruimen.

Om (omroep)brede inzetbaarheid mogelijk te maken, dient transparantie te komen in de omroep-brede functiemogelijkheden. Hiervoor is **een (vorm van een) omroep-breed functiehuis** nodig, waar **logische loopbaanpaden** in te herkennen zijn. Medewerkers moeten weten welke kennis, vaardigheden en competenties zij nodig hebben voor een volgende stap, welke richting dan ook. Nieuwe functies maken hier onderdeel van uit.

5.2 Toekenning van persoonlijk loopbaanbudget als blijvend instrument

Omdat we het nog altijd heel belangrijk vinden dat werknemers met enige regelmaat bewust bezig zijn met hun loopbaan, blijft de Publieke Omroep persoonlijk loopbaanbudget beschikbaar stellen aan haar werknemers (€1000 eenmaal per 5 jaar).

5.2.1. Hoe wordt nu omgegaan met persoonlijk loopbaanbudget

Het persoonlijk loopbaanbudget zoals deze in de cao is overeengekomen wordt per omroep verschillend ingezet:

- Er zijn omroepen die medewerkers 'verplichtend' aanmelden voor een traject bij een door hun zelf gekozen leveranciers;
- Er zijn omroepen die medewerkers actief oproepen zelf op onderzoek uit te gaan;
- Er zijn omroepen die medewerkers € 1000 budget op WerkStation geven, waarna zij uit het aanbod aldaar kunnen kiezen;
- Er zijn omroepen die af en toe aangeven dat dit budget er is, maar er niet noemenswaardig aandacht aan geven;
- Er zijn omroepen die medewerkers laten kiezen tussen enkele door henzelf gekozen leveranciers.

5.2.2. Waar willen we naar toe met persoonlijk loopbaanbudget

Doel is eenduidigheid te creëren rondom de toekenning van het loopbaanbudget, maar ook de mate van vrijheid in het besteden hiervan (binnen gestelde kaders).

- Budget van medewerkers is bij veel omroepen nog in beheer van de omroep zelf, waardoor 'toestemming' moet worden gevraagd. Het zou goed zijn om te kijken of er meer beweging komt indien dit budget bij medewerkers terecht komt, die zelf kunnen 'shoppen' en beslissen op werkstation.
Aangezien WerkStation een door steeds meer medewerkers gebruikt medium is, geniet het de voorkeur dat alle medewerkers hun budget op WerkStation hebben. Alle medewerkers zijn dan ook op de hoogte van deze ruimte, begrijpen het belang en voelen de eigen regie. Echter worden omroepen niet verplicht.
- Eind 2014 liep het eerste tijdvak van 5 jaar af (2009-2014). Over de toekenning van de € 1000 voor de tweede maal is geen eenduidig beleid/afspraken. Sommige omroepen kennen de € 1000 per tijdvak toe, anderen op individueel niveau om de vijf jaar. Een aanbeveling aan CAO partijen is om hier concretere afspraken over te maken om er voor te zorgen dat omroepmedewerkers in dit kader een gelijke behandeling krijgen.
- Er moet iedere kwartaal aandacht zijn voor 'heb je jouw € 1000 al ingezet'?

5.3 Interne mobiliteit/Job Roulatie

Job Roulatie is een uitstekende manier om medewerkers in beweging te krijgen: de beweging ook te laten zien. Interne mobiliteit, leren van elkaar draagt bij aan de inzetbaarheid.

5.3.1. Hoe wordt nu omgegaan met interne mobiliteit

Er is niet tot nauwelijks sprake van interne mobiliteit onder vaste medewerkers. Voor de omroeporganisatie is job roulatie een investering, voor de individuele budgethouder een dilemma.

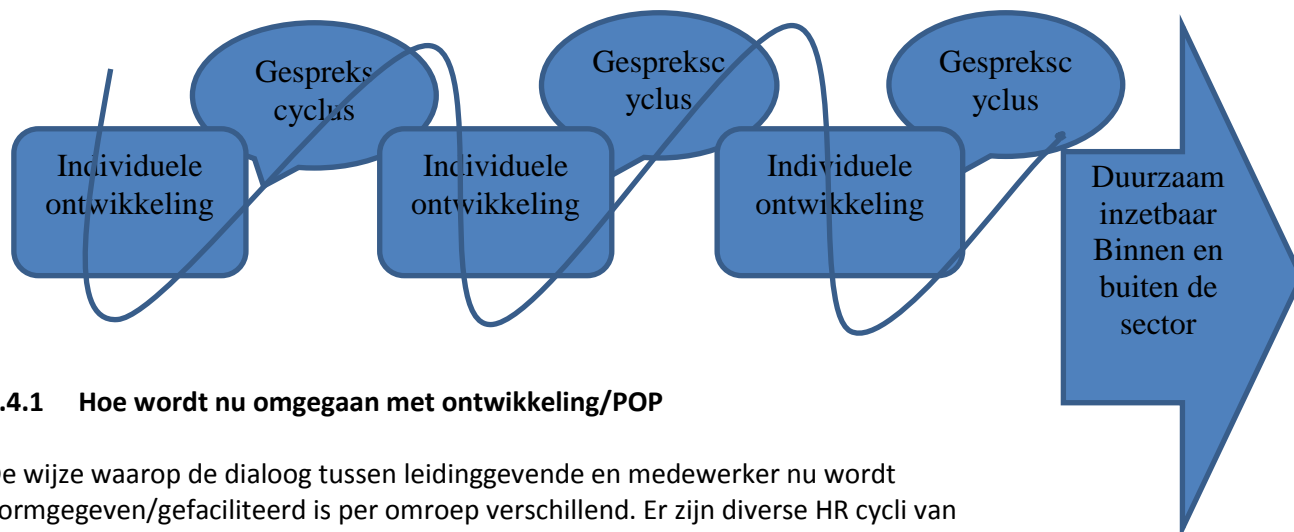
5.3.2. Waar willen we naar toe met job roulatie:

Doel is om bindende afspraken met omroepen te maken om per omroep 2 plekken en 2 vaste medewerkers aan te leveren, bij voorkeur in afstemming met Sociale Partners. Er is namelijk kritische

massa nodig om vraag en aanbod goed te kunnen matchen. Het AWO fonds dient vooraf heldere voorwaarden en afspraken op papier te zetten, vooral op financieel vlak. Aanpassingen zijn nodig op WerkStation zodat de medewerker daar laagdrempelig aan kan geven interesse te hebben in job roulatie: ook de omroep/werkgever kan hier zijn beschikbare plek kenbaar maken. Zo krijgen zowel medewerkers als werkgevers zicht op vraag- en aanbod. Leidinggevenden dienen apart te worden benaderd over job roulatie om zo eventuele bezwaren zo veel als mogelijk voor te zijn. De medewerkers van WerkStation brengen vraag en aanbod bij elkaar en bemiddelen. Job roulatie moet uiteindelijk leiden tot een meer natuurlijke beweging in de interne mobiliteit.

5.4 Duurzame inzetbaarheid als onderwerp(en) in de dialoog tussen leidinggevende en medewerker (POP)

Inzetbaarheid dient, meer dan nu het geval is, een vast onderdeel te worden van een goed uitgevoerde gesprekscyclus. Onze werknemers 'mogen' niet afhaken in 'bijblijven' daar 'afhaken' hun functioneren op de middellange en lange termijn ernstig bedreigt. De medewerker moet de vrijheid voelen én zijn verantwoordelijkheid nemen om zijn wensen uit te spreken voor ontwikkeling, ook ten behoeve van banen buiten de sector.



5.4.1 Hoe wordt nu omgegaan met ontwikkeling/POP

De wijze waarop de dialoog tussen leidinggevende en medewerker nu wordt vormgegeven/gefaciliteerd is per omroep verschillend. Er zijn diverse HR cycli van plannen/functioneren/beoordelen, die wisselend in kwantiteit en kwaliteit worden toegepast. Het onderwerp 'ontwikkeling', 'loopbaan', 'inzetbaarheid' is als onderdeel van deze gesprekscyclus nog ondergeschikt of in zijn geheel onbesproken. De gesprekken richten zich thans vooral op de inhoudelijkheid van het vak.

5.4.2 Waar willen we naar toe met ontwikkeling/POP/de dialoog?

Ontwikkeling vormt een vast onderdeel van de gesprekscyclus. Omroepen en hun medewerkers maken gebruik van een vriendelijk POP instrumentarium ten behoeve van de HR cyclus, dat op WerkStation aan medewerkers wordt aangeboden en waar afspraken worden gemaakt over ontwikkeling en dit wordt gemonitord.

Er zal meer dan ooit aandacht moeten zijn voor de rol en vaardigheden van leidinggevenden. Communicatie over deze rol en training op deze vaardigheden zijn van groot belang om ontwikkeling als een vanzelfsprekend onderwerp te laten worden in de gesprekscyclus.

6. Scholing/permanente Educatie

6.1 Het belang van inzet van scholing voor de eigen functie (en een toekomstige functie)

Educatie is broodnodig in onze sector, waar de technologische ontwikkelingen razendsnel gaan, waardoor niet alleen onze interne organisaties veranderen, maar ook de wereld om ons heen, de wereld van onze 'klanten'. Hierdoor wijzigen ook onze business modellen.

6.1.1. Hoe wordt nu omgegaan met educatie?

De wijze waarop nu educatie wordt vormgegeven is verschillend per omroep (eigen beleid en eigen budget) en is veelal niet structureel. Educatie vindt veelal vraaggericht, soms incidenteel plaats, waardoor grote groepen medewerkers zich niet (bij)scholen. Educatie maakt binnen de publieke omroep te weinig onderdeel uit van een individueel (loopbaan- of ontwikkelings)plan.

6.1.2 Waar willen we naar toe met educatie?

Educatie dient zich voornamelijk te richten op het bij-en omscholen van medewerkers op het gebied van nieuwe technologie en nieuwe media. Om ervoor te zorgen dat werknemers binnen de Publieke Omroep hun eigen functie blijvend en goed kunnen uitoefenen, wordt een programma permanente educatie aangeboden, welke voorziet in die trainingen/cursussen en workshops die onze medewerkers kennis en vaardigheden bijbrengen die zij nodig hebben om de steeds verdergaande digitalisering van hun beroep te kunnen blijven volgen. Dit curriculum is/wordt gedragen door Sociale Partners en alle omroepen en wordt aangeboden aan alle medewerkers van de Publieke Omroep.

De inzet van educatie ten behoeve van de duurzame inzetbaarheid van medewerkers is tweeledig. Primair heeft permanente educatie tot doel medewerkers duurzaam inzetbaar te houden binnen de Publieke Omroep. Secundair levert deze educatie ook duurzame inzetbaarheid voor buiten de sector op, waar digitalisering ook de boventoon voert.

ACTIVITEIT C:

**COMMUNICATIEPLAN 'DUURZAME INZETBAARHEID'
Nederlandse Publieke Omroep**

**AWO FONDS HILVERSUM
2014**

COMMUNICATIEPLAN 'DUURZAME INZETBAARHEID'

Er zijn nieuwe cao afspraken gemaakt binnen de publieke omroep, om de duurzame inzetbaarheid van de medewerkers structureel te verbeteren en te stimuleren. De invulling van deze afspraken wordt op een viertal thema's verder uitgewerkt in het sectoraal beleidsplan: het principe 'van werk naar werk', het uitgangspunt 'vast contract is variabele functie', permanente educatie en vitaliteit. Dit plan omvat de informatie- en communicatie inspanningen rondom (de realisatie van) dit beleid. Omdat echter met de uitvoering van de sectorale analyse is gebleken dat vooral bewustwording rondom duurzame inzetbaarheid een groot knelpunt is, wijkt de insteek van het communicatieplan iets af van wat er in de ESF actie E aanvraag "Wijzer werken met WerkStation" was voorzien: de focus ligt vooraleerst op bewustwording in het algemeen, niet op de communicatie over sociaal innovatieve instrumenten gekoppeld aan de vier prioritaire thema's.

1. DOEL

Het overkoepelende doel van dit plan gaat om het laten doordringen van het besef dat werken aan je eigen (duurzame) inzetbaarheid essentieel is. Dat het echt noodzakelijk is dat je daarmee aan de slag gaat. Zonder bewuste en nadrukkelijke aandacht voor je inzetbaarheid, loop je de kans de boot te missen. Deze doelstelling is uit te werken in drie zaken:

1. *Informeren* van alle medewerkers: goed informeren over de nut en noodzaak van duurzame inzetbaarheid en over alle mogelijkheden die de publieke omroep biedt om je daarbij te ondersteunen
2. *Stimuleren en activeren*: alle medewerkers stimuleren en verleiden om tot daadwerkelijke stappen over te gaan.
3. *Leidinggevenden en HR professionals goed in stelling brengen*: zij moeten een actieve rol gaan spelen bij het bevorderen van duurzame inzetbaarheid.

2. DOELGROEPEN

In dit communicatieplan spelen steeds drie groepen een belangrijke rol:

I. Medewerkers

Het gaat om bewustwording en activering bij alle medewerkers van de publieke omroep. Hoewel de aandacht voor mobiliteit voor de een urgenter kan zijn dan voor de ander, aandacht voor duurzame inzetbaarheid is voor iedereen van belang. Iedereen zal in meer of mindere mate aan de slag moeten met zijn eigen inzetbaarheid.

II. Leidinggevend

Deze vallen natuurlijk ook onder de noemer van ‘medewerkers’ (ook zij zelf zullen aan de slag moeten met hun eigen inzetbaarheid), maar ze spelen ook nog een andere rol. Zij zijn het bij uitstek die een stimulerende en activerende rol richting medewerkers kunnen spelen. Zij zullen in formele en informele contactmomenten met hun medewerkers over dit onderwerp moeten praten en hierover afspraken gaan maken. Daarom is het belangrijk dat zij de noodzaak van duurzame inzetbaarheid inzien en dit kunnen vertalen naar impulsen voor hun medewerkers.

III. HR professionals

Zij vormen een belangrijke schakel naar het leidinggevend kader, in de zin dat zij de leidinggevend van advies kunnen dienen en kunnen ondersteunen bij de aandacht voor duurzame inzetbaarheid. Zij vormen zo een belangrijke veranderkracht in de organisatie, die op een slimme en effectieve manier moet worden benut.

3. BEOOGDE EFFECTEN

Met dit plan worden de volgende effecten beoogd:

- Medewerkers hebben gehoord van de maatregelen en voorzieningen op het gebied van duurzame inzetbaarheid (90% van de populatie) en hebben zich nader geïnformeerd (70%)
- Medewerkers zijn actief aan de slag gegaan met hun eigen ontwikkeling (50% van de populatie); minimaal 30% overweegt serieus ook een stap te zetten.
- Leidinggevend beseffen zich dat het stimuleren van persoonlijke ontwikkeling bij hun medewerkers hoort bij hun verantwoordelijkheid. Minimaal de helft van de leidinggevend is daar actief en systematisch mee aan de slag.

4. SITUATIESCHETS

Uit de sectoranalyse en eerdere ervaringen rondom dit vraagstuk binnen de publieke omroep komen verschillende constatering en inzichten die voor het behalen van bovengenoemde doelen relevant zijn, en dus als belangrijke vertrekpunten voor de aanpak worden meegenomen.

- Er is een grote groep medewerkers die het belang van duurzame inzetbaarheid inziet, maar niet of onvoldoende in actie komen. Het blijkt dat men het lastig vindt om richting te geven aan hun eigen ontwikkeling.
- Het gewoonweg toekennen van budget (loopbaan of outplacement) blijkt niet voldoende: medewerkers zoeken zelf niet actief begeleiding op, ze wachten af. De meeste medewerkers hebben nog een ander zetje (dan budget) nodig.
- Werkwijzer en Werkstation worden gezien als relevante platforms, maar zijn nog te onbekend en staan teveel op afstand. Hier is een communicatie offensief op z'n plaats.
- Ervaring leert dat een groot effect wordt gesorteerd als medewerkers elkaar gaan inspireren en onderling ervaringen gaan delen. Positieve ervaringen bij je collega lokken nieuwsgierigheid uit; het zwaan-kleef-aan-effect.
- Het is belangrijk om leidinggevenden en HR professionals goed in stelling te brengen. Zij kunnen een positieve rol spelen om het thema goed bespreekbaar en concreet te krijgen. Ook bij leidinggevenden leven veel negatieve sentimenten en beelden rondom dit onderwerp.
- Medewerkers durven 'beweging' of plannen daartoe niet met de leidinggevende te bespreken. Daarvoor is het een te beladen onderwerp; de link naar mogelijk ontslag wordt snel gelegd. 'Als ik zeg dat ik over wat anders nadenk of dat wil onderzoeken, dan sta ik als eerste op de lijst'.
- Ontwikkeling binnen of buiten de omroep staat onvoldoende op de agenda bij het voeren van functioneringsgesprekken. Bovendien geldt dat er weinig opvolging wordt gegeven aan gemaakte afspraken (geen monitoring).
- Op een thema als demotie berust een taboe. Daar wordt onvoldoende serieus naar gekeken en meegenomen als optie in je loopbaanontwikkeling. Dit laatste geldt ook voor horizontale doorstroming, maar dat komt ook omdat er nauwelijks inzicht bestaat in de mogelijkheden.

5. BEWEGING OP GANG KRIJGEN

Het onderwerp 'duurzame inzetbaarheid' is best een ingewikkeld begrip. Het nodigt niet direct uit tot actie. Bovendien is het een containerbegrip: er gaat nog een hele wereld van begrippen en instrumenten achter schuil, zoals permanente educatie, loopbaanontwikkeling, van werk naar werk, vitaliteit en werkwijzer. De HR professional kan nog wel uit de voeten met al deze functionaliteiten en categorieën; de gemiddelde medewerker ziet al gauw door de bomen het bos niet meer.

Om een beweging op gang te krijgen dat mensen aan de slag gaan met hun inzetbaarheid, is er een verhaal nodig dat iedereen snapt en wat de gewenste beweging goed typeert (een intern merk, een label, een paraplu, een noemer). Onder deze noemer kan dan alle communicatie over inzetbaarheid worden gelabeld.

5.1 ASSOCIATIES

De centrale noemer, het centrale verhaal dat je wilt vertellen bevat de volgende onderdelen en associaties:

- Werken aan je inzetbaarheid is allereerst je eigen verantwoordelijkheid, maar je staat er niet alleen voor: je werkgever c.q. leidinggevende zijn hier ook op aanspreekbaar.
- Het is vrijwillig, maar al lang niet meer vrijblijvend. Deze tijd en omstandigheden vereisen dat je aan de slag moet. Er zit een zekere mate van urgentie in.
- Het is belangrijk, maar ook best leuk! En bovendien: werken aan je inzetbaarheid levert onderscheidend vermogen op. Het verschaft je de mogelijkheid om meer onafhankelijk en zelfbewuster te opereren.

5.2 COMMUNICATIE CONCEPT

Het centrale verhaal hebben we vertaald naar een concept rondom het woord **straks**. Dat is een verwijzing naar de vragen waarvan we willen dat iedereen die zichzelf gaat stellen: wat ga ik straks doen? Hoe ziet mijn werk er straks uit? Kan ik straks nog wel uit de voeten met de competenties die ik nu heb? Maar ook met een leidinggevende als vragensteller: we moeten het nog even over straks hebben...

We gaan het woordje **straks** als richtinggevende gedachte verder uitwerken. Zodat het de betekenis en lading krijgt die we graag willen. Meer in operationele zin wordt het dan het paraplu begrip voor alles wat met duurzame inzetbaarheid te maken heeft. **Straks** wordt de overkoepelende naam voor allerlei activiteiten en instrumenten op dit gebied. In bijlage staat een eerste grafische exercitie rondom het woordbeeld.

6. SPANNENDE EN INSPIRERENDE VOORBEELDEN

Ter inspiratie voor iedereen gaan we 10 medewerkers van de publieke omroep volgen die actief bezig zijn met hun duurzame inzetbaarheid. Om in het concept te blijven: die bezig zijn met **straks**. Dit doen we gedurende een half jaar. We maken dat zichtbaar op een manier die past bij de omroep: korte clips, reportages, nieuwsachtige items, enzo. Voor de communicatie maken we gebruik van de bestaande middelen bij de omroepen en van een eigen medium: een regelmatig onregelmatig verschijnende krant (frequentie: ongeveer 1x per maand). In deze krant wordt verslag gedaan van de belevenissen van de 10 collega's die aan de slag zijn met hun inzetbaarheid, plus allerlei informatie over de verschillende activiteiten, werkstation enzo.

De 10 medewerkers krijgen na verloop van tijd enige bekendheid. Je kunt ze ook volgen op FB of twitter. Als ze succesvol zijn in hun zoektocht gaan ze zelf ook workshops geven voor hun collega's die door hen geïnspireerd zijn en ook wat willen gaan doen. Ze zijn dus niet alleen het bewijs van succesvolle duurzame inzetbaarheid, maar ook ambassadeurs.

7. OPSTELLEN MIDDELENPLAN MET HR PROFESSIONALS / KLANKBORDGROEP

Voor het toetsen van deze aanpak en benadering, en voor het verder uitwerken ervan in een middenplan, gaan we nadrukkelijk de HR professionals van de omroepen betrekken. Zij moeten zich mede-eigenaar gaan voelen van deze beweging. Na de zomer gaan we in twee sessies dit plan bespreken en verder uitwerken. Onderstaande ideeën voor middelen zullen worden ingebracht:

7.1 BERICHTGEVING VIA EMAIL

Regelmatig verschijnende informatieve nieuwsbrieven via email. Deze kan vanuit een bepaalde basisvorm zondig ingezet worden tbv verschillende deel-doelgroepen. Deze verwijzen door naar WerkStation en/of WerkWijzer. In voorkomende gevallen worden ook 'actie-sites' ingezet.

7.2 CONGRES VOOR HR-PROFESSIONALS

Inspirerende bijeenkomst (of korte serie) over duurzame inzetbaar en de rol van de HR professional. Hierbij gaat het over de adviesrelatie met de lijn, weerstanden op dit thema en het instrumentarium dat de HR professionals kunnen inzetten c.q. nodig denken te hebben.

7.3 TOOLKIT 'ONTWIKKELGESPREK'

Speciaal voor leidinggevenden ter voorbereiding op functionerings- of voortgangsgesprekken. Toegankelijke informatie over slimme manieren om medewerkers zover te krijgen dat ze bezig gaan met persoonlijke ontwikkeling. Zo'n toolkit kunnen we in een paar workshops samen met HR professionals ontwikkelen.

7.4 VIRAL

We ontwikkelen een viral, een filmpje dat via mail verspreid kan worden en waarin de geadresseerde 'in voor komt'. Het is een heel goed middel om via een collega geïnformeerd en aangemoedigd te worden richting persoonlijke ontwikkeling.

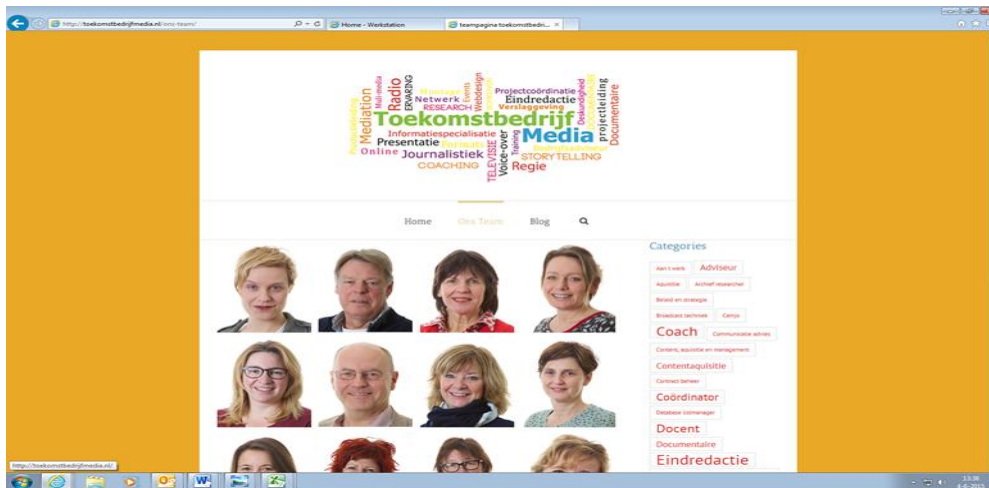
7.5 MINI-WORKSHOPS 'STURING GEVEN AAN PERSOONLIJKE ONTWIKKELING'

Serie workshops bestemd voor leidinggevenden. Daarin wordt geoefend met manieren en stijlen waarop je als leidinggevende een rol kunt spelen bij het stimuleren van ontwikkeling.



Activiteit e: (verslag van) de pilots:

- 'van werk naar werk' en
- van 'vast contract is een variabele functie' (job Roulatie)



Inhoudsopgave

1. Pilot 'van werk-naar werk': het toekomstbedrijf

- 1.1 Uitgangspunt Toekomstbedrijf
- 1.2 De pilot – het plan
- 1.3 Toelichting verloop
- 1.4 Begeleiding
- 1.5 Conclusies

2. Pilot 'vast contract – is variabele functie': Job Roulatie

- 2.1 Pilot Job Roulatie, uitgangspunt en plan
- 2.2 Toelichting verloop
- 2.3 Conclusies

Als onderdeel van ESF actie E project “Wijzer werken met WerkStation” zijn enkele pilots van beleidsmaatregelen uitgevoerd. Deze maatregelen waren gekoppeld aan de cao-onderwerpen ‘van werk naar werk’ en ‘vast contract – is variabele functie’. De pilots en hun resultaten zijn uitgevoerd om het beleidsplan, dat tevens onderdeel was van “Wijzer werken met WerkStation” verder aan te scherpen. Dit verslag van de pilots geeft kort weer wat er per pilot is gebeurd.

1. Pilot ‘van werk naar werk’: het toekomstbedrijf

1.1 Uitgangspunt Toekomstbedrijf

De arbeidsmarkt is sinds een aantal jaren volledig veranderd. Kon een boventallige medewerker tot zes jaar geleden er op rekenen dat de economie weer snel zou aantrekken en een nieuwe baan met enige moeite weer te vinden was, momenteel is de situatie totaal anders. Met standaard outplacementbegeleiding naar een baan kom je er niet meer. Er zijn te veel werkzoekenden en sollicitanten. Wie zich niet onderscheidt en kan netwerken heeft weinig kans. Van medewerkers wordt gevraagd dat ze zelfredzaam en ondernemend zijn en kunnen netwerken. Wij geloven dat elke mens uniek is en met zijn/haar kwaliteiten iets kan betekenen voor anderen. Daarmee ontstaat waarde. Het is dus beter om – op deze complexe arbeidsmarkt - niet in banen te denken maar in eigen kwaliteiten en motivatie en in de waarde die je voor anderen kunt hebben. En daar mee naar buiten te treden. Er is heel veel werk, maar er zijn weinig banen.

1.2 De Pilot – het plan

Gebaseerd op voornoemd uitgangspunt is binnen “Wijzer werken met WerkStation” de pilot Toekomstbedrijf gestart. Dit betrof een innovatieve vorm van begeleiding van boventallige medewerkers van de Publieke Omroep: een actief werkbedrijf, georganiseerd en gestuurd door de deelnemers zelf.

De ambitie van het Toekomstbedrijf was dat medewerkers:

1. geen Slachtoffer zijn maar Eigenaar van dit proces
2. van een Reactieve in de Creatieve modus komen
3. een Ontwikkelstag maken in plaats van een Afwikkeling ondergaan
4. Samenwerken en een enorm netwerk bouwen en onderhouden.

In het Toekomstbedrijf draaide het om:

- I. Werkzekerheid (in plaats van Baanzekerheid): de –vaste- baan voor het leven is passé. Er is echter werk genoeg, alleen vereist het veel inspanning om dat te (kunnen blijven) vinden.
- II. Werkfit blijven: doen wat je kunt en werken aan wat je nog moet leren! Dus activiteiten - primair richting arbeidsmarkt-, ondernemen om aan de slag en dus (pro-)actief te blijven. Daarmee houdt men het werkritme vast.
- III. Met, door en voor elkaar richting ander werk: leren samen te werken, je eigen plek te nemen, om te gaan met complexiteit van verschillende belangen.
- IV. Zelfsturing en zelfverantwoordelijkheid: aard en inhoud van het Toekomstbedrijf worden in hoge mate bepaald en ingevuld door de deelnemers zelf, met hun talenten en capaciteiten. De begeleiding faciliteert, stimuleert en bepaalt de lijnen van het spel.
- V. Leren en het geleerde delen: je in rollen en posities begeven waar je kunt ontwikkelen en het geleerde deelt met je collega's.

Kortom: een bedrijf dat goed georganiseerd werkt aan kansen op werk en waaraan iedere deelnemer zijn/haar bijdrage levert. Praktisch betekende dit dat:

- de sollicitatievaardigheden aangescherpt werden door frequent ieders pitch en propositie te bespreken;
- er voortdurend werd gewerkt aan de uitbreiding en het onderhoud van de opgebouwde netwerken;
- er steeds werd onderzocht waar de kansen liggen in de arbeidsmarkt;
- elk werk dat past en bijdraagt aan werkfitheid werd aangepakt.

Daarnaast heeft elke deelnemer een specifieke taak gehad: in het Toekomstbedrijf zijn vier groepen actief geweest met de volgende taken en verantwoordelijkheden:

- De kerngroep: deze bestond uit twee / drie deelnemers die samen met de projectleider van Bureau Gerritsen de coördinatie van het Toekomstbedrijf uitvoeren.
- De recruitmentgroep: deze bestond uit vier personen die een vacaturebank opbouwden en de matching verzorgen;
- De communicatiegroep: deze maakte het Toekomstbedrijf optimaal bekend op de relevante markten van de deelnemers.
- De talentengroep: deze beheerde de cv's, profielen, portfolio's en andere uitingen van de deelnemers en zorgde dat ze beschikbaar waren voor iedereen. Ook organiseerde deze groep workshops voor de deelnemers

De belofte aan deelnemers was: als je deelneemt aan het Toekomstbedrijf:

- I. Genereer je een groot netwerk waaruit werk (in alle vormen) en vacatures komen;
- II. Word je zelfredzaam op de arbeidsmarkt (ze kennen hun personal brand, kunnen netwerken en zich profileren richting werkgevers en netwerkcontacten);
- III. Blijf je werkfit (door twee volle dagen aanwezig te zijn en te werken in het Toekomstbedrijf of daarnaast op een project, opdracht of tijdelijke baan)
- IV. Verken je sneller jouw persoonlijke arbeidsmarkt, neem je initiatief tot het vinden van werk en vind je sneller betaald werk en/of een baan.
- V. Krijg je een meer optimistische blik/houding van deelnemers over je kansen op de arbeidsmarkt
- VI. Heb je een stimulans actiever bezig te zijn met het zoeken naar werk/opdrachten.
- VII. Een uitstroom van minimaal 50% naar een vorm van werk/opdrachten

1.3 Toelichting verloop

De pilot liep van 1 oktober 2014 tot eind maart 2015. Er deden 20 deelnemers aan mee.

Na een oproep op Werkwijzer (de site van de publieke omroep die boventalligen ondersteunt in het zoeken en vinden van werk), waren er slechts 6 deelnemers. Ondanks herhaalde oproepen, ook via de afdelingen P&O van de omroepen, kwamen er niet meer deelnemers bij. Opvallend, aangezien er na 2012 nog honderden medewerkers boventallig zijn geworden bij de diverse omroepen. Het AWO fonds heeft toen een advertentie geplaatst in het digitale magazine van www.villamedia.nl. Dit leverde tal aan reacties op. De pilot ging uiteindelijk door met 20 deelnemers.

De deelnemers kwamen elke dinsdag van 9 tot 17 uur bijeen. Na een ochtendbespreking gingen de deelnemers werken aan:

- taken in de subgroepen: communicatie, recruitment, coördinatie, organiseren gastsprekers, talentenbank
- netwerken met elkaar
- informatie verzamelen op het internet
- voorbereiden van sollicitaties en netwerkgesprekken
- het bouwen en onderhouden van de website Toekomstbedrijf Media
- spreken met partijen en relaties buiten het Toekomstbedrijf

Om 16 uur was er een afrondende bespreking.

Elke week was er een gastspreker of workshop over een relevant onderwerp (zie bijlagen onder 4 voor voorbeelden agenda's en notulen)

1.4 Begeleiding

De deelnemers zijn wekelijks begeleid door een projectleider/coachcoach en job . De projectleider/coach richtte zijn aandacht op de organisatie en voortgang van het project, de individuele (loopbaan)coaching en opvang van deelnemers (bij tegenslag), workshops en de communicatie naar buiten. Ook heeft hij veel genetwerkt voor de deelnemers en afspraken geregeld. De deelnemers gaven hem in de evaluatie een score van 8,5. De job searcher heeft intensief vacatures en netwerkingangen op de arbeidsmarkt gezocht en de recruitmentgroep gecoördineerd. Zij kreeg van de deelnemers in de evaluatie een score van 8,2.

1.5 Conclusies

De inhoudelijke conclusies over het verloop van de pilot staan omschreven in het verslag Evaluatie en monitoring van de pilots en de uitvoering van het communicatieplan.

2. Pilot ‘vast contract – is variabele functie’: Job roulatie

2.1 Pilot Job Roulatie, uitgangspunt en plan

De tweede pilot betrof het tijdelijk werken op dezelfde of een soortgelijke functie bij een andere omroeporganisatie: job roulatie. Het idee was dat dit bijdraagt aan de (brede) inzetbaarheid en flexibiliteit van medewerkers, zo blijkt ook uit onderzoek onder werknemers en werkgevers. Dergelijke uitwisseling van medewerkers plaats. Werknemers konden op deze manier ervaring opdoen in dezelfde of een andere (soortgelijke) functie bij een andere werkgever. Op deze manier kwamen werknemers én werkgevers in aanraking met verschillende werkwijzen. Job roulatie bevordert niet alleen de duurzame (brede) inzetbaarheid van werknemers, het bevordert de ook de algehele mobiliteit en flexibiliteit van medewerkers, zo was het uitgangspunt.

2.2 Toelichting verloop

In het 4^e kwartaal van 2014 is ingezet op het vergaren van job roulatie plekken en medewerkers die zich hiervoor beschikbaar stellen. De communicatie over job roulatie (om medewerkers te werven) is verlopen langs de ‘reguliere’ agenda-communicatie van werkstation. Ook is er een mail aan werkgevers verstuurd om job roulatie plaatsen te verzamelen. De medewerker van Werkstation coördineerde het matchings proces: Werkstation is de bemiddelende partij die vraag en aanbod bij elkaar te brengt. De daadwerkelijk keuze en besluit lag bij de omroepen zelf. Doel was om minimaal 30 job roulatie plekken te verzamelen.

Na meerdere verzoeken oproepen in de regulieren WerkStation agenda en mails aan leidinggevenden kwamen er diverse plekken ‘open’. Opvallend is dat het nog moeizamer bleek om medewerkers te vinden die zich op gaven voor een plek. Na heel veel inspanningen leverde het het vraag-en aanbod overzicht op zoals weergegeven op de volgende pagina.

Nadat de ‘werving’ van zowel plekken als mensen moeite kostte, verliep de matching allesbehalve vlekkeloos. De uitlenende partij wilde alleen uitlenen als er of 1 op 1 een minstens zo geschikte kandidaat voor terugkwam, dan wel als het AWO Fonds bereid was de inzet van een freelancer te vergoeden voor de plek die ‘vrij’ kwam. Het AWO Fonds stelde zich echter op het standpunt dat job roulatie juist bedoeld is om een ‘leren’ op gang te brengen en heeft zich om die reden niet bereid verklaard de inzet van freelancers te vergoeden. Dezelfde problematiek diende zich aan indien een omroep zich bereid toonde om iemand te ontvangen. Omwille van de loonkosten werd gesteld dat er dan ook iemand naar een andere omroep moest en die bleek dan niet vindbaar.

De rol van leidinggevenden bleek ook ingewikkeld: die wilde vooral geen ‘last’ hebben van de roulatie. Daar waar, hoe je het ook wendt of keert, het een bepaald ‘ongemak’ oplevert als je een ervaren medewerker van jezelf tijdelijk vervangt voor een ervaren medewerker vanuit een andere omroep/omgeving. Het ‘eigen’ belang wint het dan van een meer ‘algemeen’ of ‘medewerkers’-belang.

Jobroulatie - beschikbare plekken							
Omroep	functie	inhoud	periode	salarisschaal	opmerkingen		
1 EO	redacteur radio 1		duur in overleg	G	duur in overleg		
2 L1	verslaggever of bureauredacteur			n.b.			
3 NOS	De afdeling Evenementen van de NOS wil wel een plek beschikbaar stellen maar waarschijnlijk niet fulltime en voor een korte periode.			n.b.			
4 Omroep Brabant	Bureauredacteur			G	28 - 36 uur		
5 Omroep Flevoland		redacteur of redacteur/verslaggever	min. 3 maanden, afspraak over langere termijn is mogelijk	G			
6 Omroep West	Redacteur/ verslaggever	zie bijlage functiebeschrijving red/versl. F + G	3 tot 6 maanden	F of G			
7 Omroep Zeeland	Redacteur		3 maanden	G			
8 Omroep Fryslan	Bureauredacteur G/H			G / H	beheersing Friese taal vereist, in ieder geval mondeling, maar bij voorkeur ook schriftelijk		
9 Omroep Fryslan	Verslaggever/redacteur G/H			G / H			
10 RTV Drente	bureauredacteur of verslaggever zijn, of een combinatie van beide		3 maanden, afspraak langere termijn is mogelijk	G			
11 RTV Noord	bureauredacteur of verslaggever			G	afhankelijk van de ervaring van degene die rouleert		
12 RTV Noord-Holland	Redacteur/ verslaggever		duur in overleg	n.b.			
13 RTV Oost	Bureauredactie of productie	bureauredactie of productie voor ons dagelijkse nieuws- en achtergrondenprogramma	vanaf 1 april 2015, duur in overleg	G			
14 RTV Rijnmond	Internetredacteur		3 maanden		32 uur per week		
Jobroulatie - aanmeldingen							
Omroep	functie		contracturen	salarisschaal	woonplaats	max km's	opmerkingen
1 RTV NH	presentator/programm maker			32 G	Bussum	30	wil bij landelijke omroep
2 EO	redacteur visie			36 G	Papendrecht	75	
3 RTV Rijnmond	Internetredacteur			29 G	Delft	150	
4 RTV Noord	redacteur/ verslaggever			20 G	Groningen		Max. Hilversum / Amsterdam
5 omroep Zeeland	verslaggever/redacteur			36 G	Goes		kilometers maakt niet zoveel uit
6 KRO-NCRV	verslaggever/camjo			32 G/H	Amsterdam		gewenst plek: redacteur/verslaggever RTV NH
Mogelijke combinaties							
		omroepen	actie 1				actie 2
EO	redacteur visie	bij VPRO of bij Bindinc	vragen of Mirjam dat überhaupt wil omzetten en of ze een red/verslaggever terug willen geven	v			wil niet meer (16/3)
RTV Noord	redacteur/ verslaggever	bij RTV Oost		v			
RTV NH	presentator/programm maker	bij NOS	is op gesprek geweest vragen of omroep Brabant zijn plek wil omzetten en of ze een red/verslaggever willen teruggeven aan Omroep Zeeland	v			
omroep Zeeland	verslaggever/redacteur	omroep west		v			
KRO-NCRV	verslaggever/camjo	RTV NH	vragen of RTV NH een verslaggever wil teruggeven aan KRO-NCRV	v	CV mailen aan Gizem voor regelen van gesprek v		ziet er vanaf ivm kort project en eventueel baanverlies
RTV Rijnmond	Internetredacteur	??	oproep doen voor een internetredacteur en ook de plek	v			

2.3 Conclusies

De inhoudelijke conclusies over het verloop van de pilot staan omschreven in het verslag Evaluatie en monitoring van de pilots en de uitvoering van het communicatieplan.

Activiteit f: Uitvoering communicatieplan



Inhoudsopgave

Inleiding

1. Het programma “Strax”.

- 1.1 Person to person als uitgangspunt (P2P)
- 1.2 Selectie van het tiental
- 1.3 Leerpunt
- 1.4 Inzet communicatiemiddelen rondom 10 kandidaten
- 1.5 Begeleiding kandidaten

2. De rol van leidinggevenden

- 2.1 www.straxvoorleidinggevenden.tv
- 2.2 Toolkit

3. Besteding van € 1000 euro loopbaanbudget stimuleren

Bijlagen

Inleiding

Om een beweging op gang te krijgen dat mensen aan de slag gaan met hun duurzame inzetbaarheid, hadden we een algemene noemer of interne label nodig (zie ook het communicatieplan). Alleen de naam van het platform (Werkstation) bleek niet genoeg, wel als middel, maar niet als boodschap om het belang van duurzame inzetbaarheid gevoeld te krijgen. Belangrijk inzicht is dat duurzame inzetbaarheid als containerbegrip een heldere en aansprekende boodschap nodig heeft om mensen over de streep te trekken.

De boodschap van de verandering hebben we opgehangen aan het woordje straks,

strax

En dan altijd verwerkt in een vragende vorm; om uit te lokken dat medewerkers deze vragen ook aan zichzelf gaan stellen. Wat ga jij straks doen? Hoe ziet mijn werk er straks uit? Hoe ziet de organisatie er straks uit? Laten we het over straks hebben?

Strax stimuleert nadenken over je werk, loopbaan en persoonlijke ontwikkeling. Strax stelt vragen. Hoe ziet je werk er straks uit? Kun je nog uit de voeten met jouw kennis en vaardigheden? Bestaat je baan nog wel in de nabije toekomst? Wil jij dit werk nog lang doen en zo ja, hoe lang? Wil je het eigenlijk nog wel?

Strax roept medewerkers van de publieke omroep op: ga aan de slag met jouw (loop)baan en jouw ontwikkeling. Dat kan gaan over de vraag wat je moet doen om je huidige vak te kunnen blijven uitoefenen. Of een volgende stap binnen of buiten de publieke omroep.

Strax is ook een verzamelnaam voor alle activiteiten en mogelijkheden binnen de publieke omroep om je te ondersteunen bij jouw plannen voor de toekomst. Denk aan Werkstation, het online platform met informatie over jouw ontwikkeling en een passend aanbod aan opleiding en training.

Projectgroep

Met deze boodschap hebben wij een projectgroep geformeerd, bestaande uit de HR Manager van de VPRO, de HR Manager van Bindinc, de HR Manager van stichting ROOS, de HR Manager van omroep Brabant, de opleidingsadviseur van de NOS en de HR manager van de Ster. Samen met bureau Yardmen zijn wij gekomen tot het communicatie programma, beschreven in dit verslag.

1. Het programma "Strax"

als onderdeel van de campagne om medewerkers te wijzen op de veranderingen in organisaties en hen te wijzen op de kansen en bedreigingen daarvan.


1.1 Person to person als uitgangspunt (P2P)

Als communicatiestrategie hebben we gekozen voor een P2P strategie: medewerkers stimuleren medewerkers. Dit is concreet gemaakt door 10 medewerkers te werven en selecteren die - in de openbaarheid en dus voor iedereen te volgen – aan hun inzetbaarheid en ontwikkeling gingen werken. Dit is een effectieve strategie gebleken: in de directe omgeving van de 10 kandidaten is er een groot effect opgetreden. Alle kandidaten zijn gedurende langere tijd door allerlei collega's aangesproken en bevroegd op hun initiatief. Daarnaast hebben sommige omroepen (als formele werkgevers) 'hun' kandidaat actief naar voren geschoven en een rol gegeven om ook anderen te inspireren.

1.2 Selectie van het tiental

Via mail en de diverse intranetten is een oproep gedaan onder alle medewerkers.

De nieuwe activiteiten op het WerkStation [Bekijk deze mail in je eigen browser](#)



Strax? Strax?
Strax is het al strax!

De toekomst is er altijd sneller dan je denkt.
Om daarop toch voorbereid te zijn, zijn we op zoek naar
**10 medewerkers van de Publieke omroep die een half jaar
intensief bezig willen zijn met hun eigen strax!**

VERANDERING OP MAAT, MOGELIJK GEMAAKT MET STEUN VAN
HET EUROPEES SOCIAAL FONDS EN HET AWO FONDS

ESF 2007-2013 AWO

GEZOCHT
**TIEN OMRÖPMEDEWERKERS DIE MEE WILLEN DOEN AAN
EEN UNIEK ONTWIKKELPROGRAMMA.**

*** OP MAAT GEMAAKT ***

Denk jij wel eens: "wil ik dit nog 10 jaar doen?" Of: "hoe moet ik dit over 10 jaar nog goed doen, nu de ontwikkelingen zo snel gaan?" Of denk je helemaal niet aan jouw toekomst, maar vind je wel dat je dit moet doen? Of denk je juist veel aan de toekomst, maar weet je niet hoe je in actie moet komen?

Doe mee aan het programma van wat in de toekomst 'Strax' gaat heten!

Tien medewerkers van de Publieke omroep zullen vanaf oktober een half jaar intensief bezig zijn met hun eigen inzetbaarheid, hun eigen toekomst. Hoe? Daar hebben wij allerlei ideeën over, maar dat ligt natuurlijk vooral aan wie zich hiervoor aanmeldt, wat jou vragen, wensen en behoeften zijn. Maar één ding is zeker: dit programma van een half jaar gaat tot een geweldig eind 2014 en een fantastisch begin 2015 bezorgen!

We maken jouw tocht zichtbaar door reportages, clips en korte nieuwssitams: er wordt verslag gemaakt van alle belevenissen van jou en jouw collega's. Gedurende dit half jaar krijg je 'bekendheid', inspireer je collega's en kun/wil je misschien zelf wel workshops geven om collega's aan te moedigen te werken aan hun eigen inzetbaarheid. Je wordt dit niet alleen met bewijze van duurzame inzetbaarheid, maar ook een ambassadeur. En we zorgen ervoor dat dit gewoon kan, naast je eigen werk.

Geloof ons: dit levert je meer (energie) op dan dat het je gaat kosten!

Interesse? Schrijf een korte en bondige mail aan awo@werkstation.nl waarin je jezelf voorstelt een aangeeft waarom jij graag aan dit programma wil deelnemen.

(Deelneme aan deze spannende reis is gratis. Maar gelet op de kosten dien je - indien je hier nog over beschikt - wel jouw € 1000 loopbaanbudget in te zetten)

Dit programma wordt mede mogelijk gemaakt door de steun vanuit het Europees Sociaal Fonds.

Het Europees Sociaal Fonds investeert in jouw toekomst

Ons postadres is:
AWO Fonds/WerkStation
Postbus 26444
Hilversum, NH 1202 JJ
Nederland

[Add us to your address book](#)

[Uitschrijven uit ons bestand?](#)

Meer dan 30 medewerkers hebben zich gemeld (zie bijlage 1: 2 voorbeelden). Op 3 oktober kwamen alle deelnemers bij elkaar (zie uitnodiging bijlage 2). Ongeveer 10 daarvan zijn op

basis van deze bijeenkomst afgehaakt toen duidelijk werd dat ze het in alle openbaarheid moesten doen. Na een informatiebijeenkomst zijn er 10 kandidaten geselecteerd op basis van objectieve criteria als: spreiding omroep, spreiding Hilversum – regionaal, man-vrouw, mix leeftijd. Ook hebben inhoudelijke overwegingen een rol gespeeld zodat alle kandidaten exemplarisch zijn voor een groep collega's: moet weg (boventallig), wil weg, carrierestap, stapje terug, worsteling bij nieuwe levensfase, fysieke inzetbaarheid, ambitie binnen omroep, ambitie buiten omroep, voor jezelf beginnen.

1.3 Leerpunt

Spreiding over omroepen is essentieel. Door mutaties (vroegtijdige afhakers) zijn er twee van de wachtlijst doorgeschoven. Hierbij is minder op omroep en meer op enthousiasme gelet. Daardoor was de spreiding over de omroepen minder optimaal, wat ten koste gaat van de resultaten van een P2P aanpak.

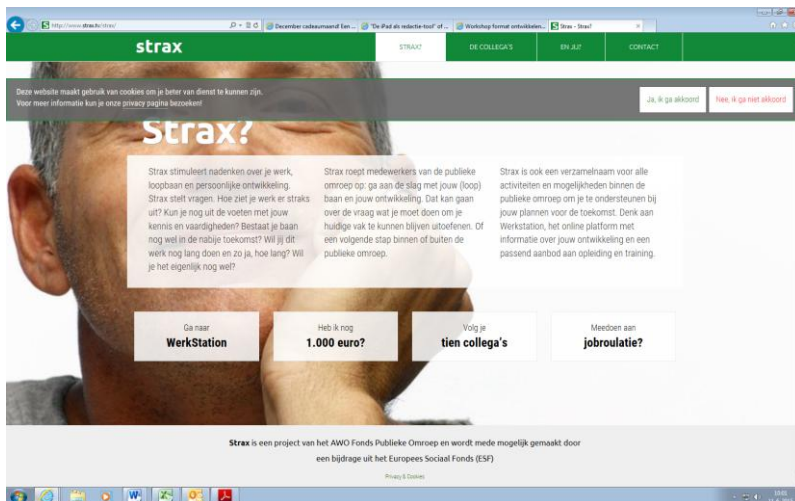
1.4 Inzet communicatiemiddelen rondom 10 kandidaten

Wij hebben de boodschap rondom veranderingen in organisaties en hen te wijzen op de kansen en bedreigingen daarvan gecombineerd met de mogelijkheden van job roulatie en de verwijzing naar de mogelijkheid voor loopbaanscans en ontwikkelingsmogelijkheden op www.werkstation.tv.

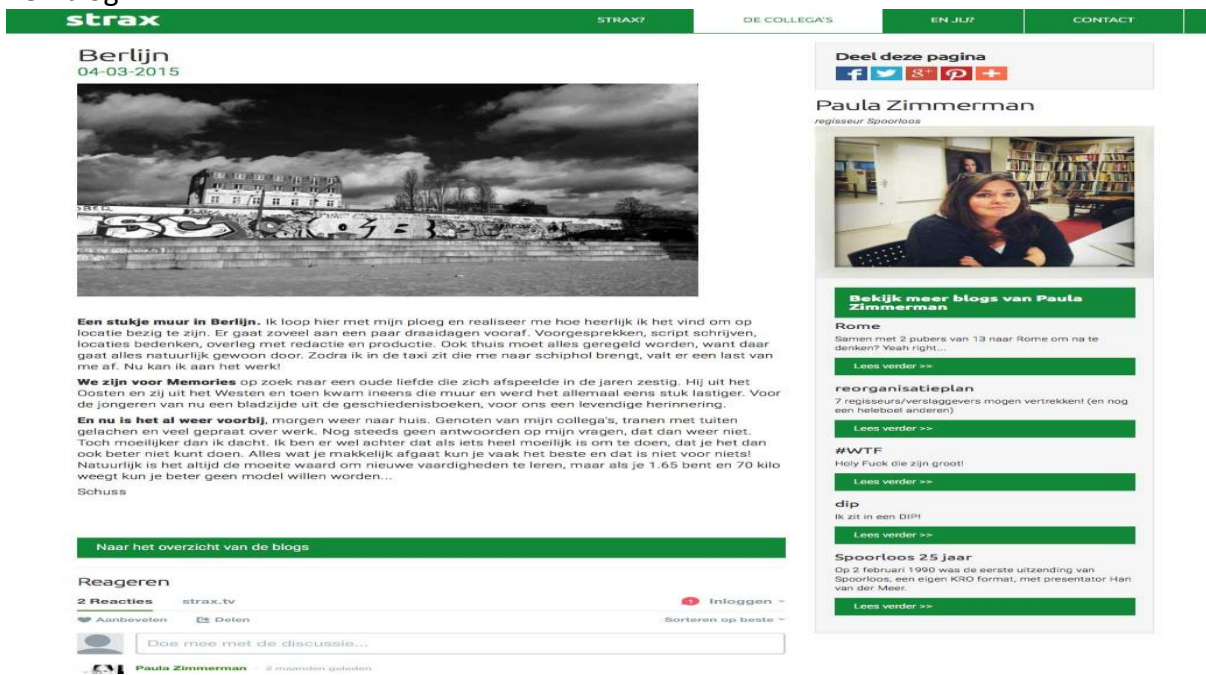
We hebben een website gemaakt met uitleg, bedoeling en profiel kandidaten (ontwikkelopdracht): www.strax.tv. Kandidaten hielden een blog bij over hun reilen en zeilen ten tijde van het werken aan hun ontwikkelopdracht.

The screenshot shows the Strax website with a navigation bar (STRAX, DE COLLEGAS, EIN JULI, CONTACT) and a main heading "Wat ga jij strax doen?". Below the heading is a sub-heading "Wat doen zij met Strax? Volg tien omroepcollega's op weg naar hun toekomst". The main content area displays a grid of 10 candidate profiles, each with a small photo and text identifying the candidate and their current role.

Job Jan Ahrens	Carmen Farnold	Corine Bietveld	Paula Zimmerman	Laraine de Jonge
relatiedesk / verslaggever radio KRO-NCRV	programma-maker knuipunt KRO-NCRV	seniorproducer / presentator locatie-uitzendingen op radio 4 MPD	relatiedesk sportboek KRO-NCRV	Facility Manager NDS
Xaever van Leken	Geko Zwaagstra	Eugenie van der Meer	Karen Al	Frank Schouten
voorzitter Omroep Brabant	recruitmentmanager RTV Noord	productiesecretaris (NPO) filmmaken KRO-NCRV	redacteur/verscherper culturele programma's VPRO	overleg adviseur & marketing RTV Noord



Een blog



We hebben een folder (op 27 januari 2015) met korte profielen van alle kandidaten (oplage 4000 duizend), verspreid als flyer bij alle ingangen.



In de week daarop hebben de deelnemers een levensgrote rollup banner gekregen en neergezet bij de entree van de omroep waar wij werkzaam zijn.

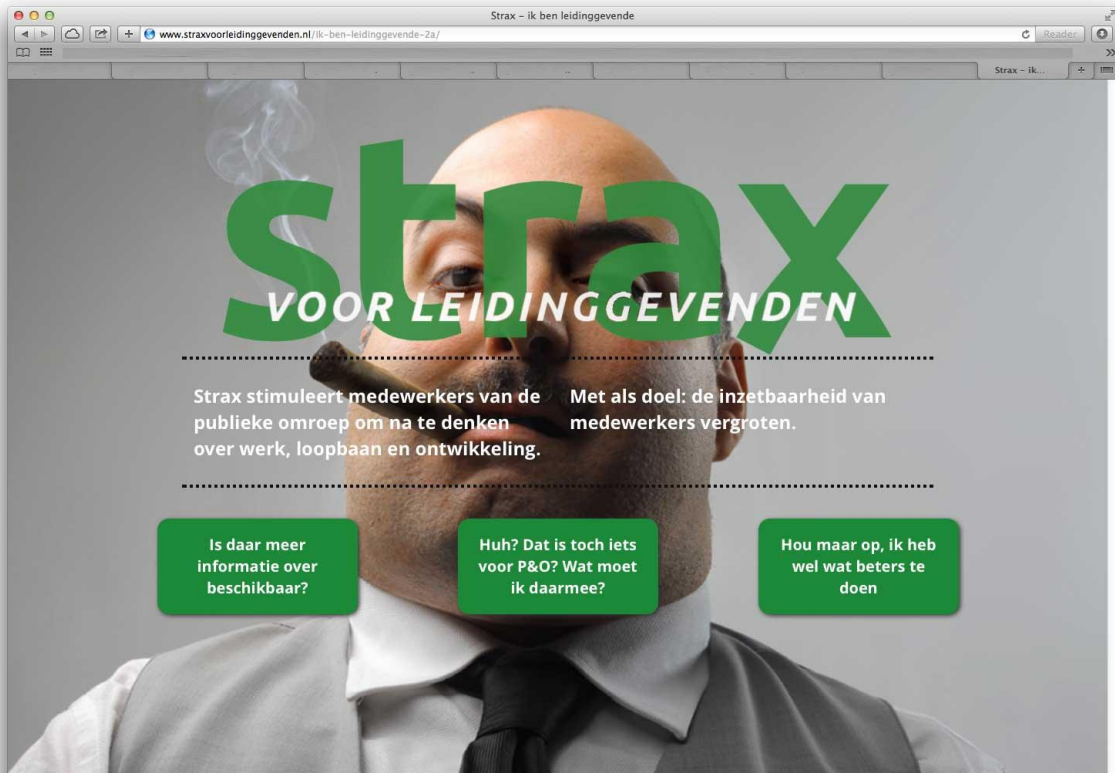


2. De rol van leidinggevenden

De rol van leidinggevenden is cruciaal. Zij zijn immers diegene die het functioneren (kunnen) én de ontwikkelingsnoodzaak kunnen beoordelen én de ontwikkelingsbehoefte moeten bespreken. Om deze reden hebben wij ervoor gekozen hen nog apart te benaderen.

2.1 www.straxvoorleidinggevenden.tv

In januari hebben wij 700 leidinggevenden rechtstreeks per mail aangesproken:



2.2 Toolkit

Door hun reactie aan te klikken of de stellingen/vragen, kwamen zij veelal uit bij de optie om een toolkit te bestellen. Deze toolkit bestond uit een vijftal kaarten, 1 voor de leidinggevende, 4 voor zijn/haar medewerker. Deze toolkit had tot doel op een spelende wijze de dialoog (tussen leidinggevende en medewerker) over ontwikkeling en inzetbaarheid op gang te brengen.




De toolkits lagen bij de diverse afdelingen P&O en werden via WerkStation besteld.

3. Besteding van € 1000 euro loopbaanbudget stimuleren

De mogelijkheid om het € 1000-euro-loopbaanbudget te besteden is opnieuw onder de aandacht gebracht.

De nieuwe activiteiten op het WerkStation Bekijk deze mail in je eigen browser



Ben jij omroep-medewerker? Dan ligt er €1.000 voor je klaar!

www.1000eurovoorstrax.tv

Iedereen bij de Publieke Omroep heeft € 1.000 gekregen. Dit bedrag kun je eenmaal per vijf jaar besteden aan jouw (loopbaan)ontwikkeling. Veel collega's hebben hier al hun voordeel mee gedaan.

Maak er ook gebruik van. Denk na over je werk, loopbaan en persoonlijke ontwikkeling. Hoe ziet je werk er straks uit? Kun je nog uit de voeten met jouw kennis en vaardigheden? Wil jij dit werk nog lang doen en zo ja, hoe lang?

Meer weten? Kijk op deze website: www.1000eurovoorstrax.tv

Investeer NU in jezelf, voor Strax. Alvast wat tips hoe je jouw € 1000 kunt besteden? *«Bek de best in bij de zoekfilter in de loopbaanwinkel van www.1000eurovoorstrax.tv», maar je kunt ook verder kijken.*

No nonsens! hoe ga ik verder met mijn loopbaan? In vijf gesprekken reflecteer je op je loopbaan, maak je je personal brand en een plan voor de toekomst met doelen en acties. Begeleid door Bureau Gortzen.

Resultaat Een strak, concreet en actiegericht persoonlijk loopbaanplan.

Innerchoice: persoonlijk leiderschap Tijdens dit traject leer je jezelf beter kennen en begrijpen. Je krijgt antwoord op de vragen: *Wie ben ik, wat kan ik, wat wil ik, wat weerhoudt me en hoe krijg ik het toch voor elkaar? Verzorgd door Innerchoice.*

Resultaat Je zelfvertrouwen heeft een boost gekregen, je weet waar je staat, waar je naar toe wilt en hoe je daar gaat komen.

E-coaching. Een KICK die werkt E-coaching geeft je de grip en sturing die je zoekt. Je krijgt een eigen, afgeschermd e-pagina waarin je aan de slag gaat. Je doet eerst online een persoonlijkheidstest die jou en je coach het nodige inzicht biedt. Je wordt actief, online ondersteund. De looptijd is 3 maanden.

PS. Laat je niet ontmoedigen omdat je op WerkStation weer moet inloggen? er wordt nagedacht over een meer gebruiksvriendelijke oplossing.

strax

Ons postadres is:
WerkStation/AVO Fonds
Postbus 26444
Hilversum, NH NH 1217 ZL,
Netherlands
Aldit us to your address book
Uitschrijven uit ons bestand?

Dit hebben wij gedaan met www.1000eurovoorstrax.tv

Deze site is meerdere malen te gebruiken, ook nog in de toekomst



strax

Iedereen bij de Publieke Omroep heeft 1.000 euro gekregen. Dit bedrag kun je besteden aan jouw (loopbaan) ontwikkeling, aan wat je Strax wilt gaan doen of nodig hebt. Veel collega's hebben hier al hun voordeel mee gedaan.

Heb jij de 1.000 euro al gebruikt?

Jal Nee? Geen idee...

AVO Strax wordt mogelijk gemaakt door het AVO Fonds Omroep (Arbeidsmarkt- Werkgelegenheids- en Opleidingsfonds voor de Omroep) en het Europees Sociaal Fonds. ESF

Bijlage 1: aanmeldingen voor het programma Strax

In 2024 ben ik 60. Als ik dat hardop zeg dan moet ik er om lachen, want ik kan me niet voorstellen dat ik dat ben. Het betekent dat ik vandaag 50 ben en het mooiste vak van de wereld uitoefen.

Na een studie rechten (net niet afgemaakt) ben ik sinds begin jaren negentig bezig als redacteur, verslaggever (heel even in beeld) en regisseur. Ik heb gewerkt bij Jef Rademakers, John de Mol en de laatste 20 jaar bij de KRO en maak programma's als Memories, Wonderen Bestaan, Nederland te Koop, Nederland komt thuis, KRO Kindertijd, Ik neem je mee, Kruispunt, maar vooral Spoorloos.

Toen ik in de 30 was zei ik altijd dat ik op mijn 40ste met dit werk zou stoppen want al dat gereis over de hele wereld en dat gesleep met statieven dat is toch iets voor jonge mensen. En toen werd ik 40 en toen vond ik mezelf nog heel jong en het werk nog zo leuk. En vorig jaar werd ik ineens 50 en zit ik eigenlijk met hetzelfde probleem. Alhoewel ik best merk dat het lijf niet meer zo fit is als vroeger, maak ik nog graag een vrolijk dansje op de werkvloer en heb ik tijdens het draaien nog regelmatig de slappe lach.

Er is al best veel veranderd. Ik herinner me nog met Spoorloos dat we 5 cd's kregen met alle telefoonboeken van de USA erop, een goudmijn vonden we dat. En later het internet. Eerst inbellen, we hadden voor de hele redactie 1 computer die het kon!

In het begin gingen we met regisseur, redacteur, camera en geluid naar het buitenland. Nu ga ik alleen met de cameraman en hoorde ik laatst een voorstel om een zelf regisserende cameraman te sturen met een tolk. Vroeger monteerde we lineair, met grote BETA's de montage in, na ellenlange spotlijsten gemaakt te hebben. Tegenwoordig monteer ik thuis aan de keukentafel of op locatie in een hotelkamer in het buitenland.

Wat gaat er gebeuren met mijn functie, kan ik het fysiek volhouden, wat moet ik over 10 jaar kunnen, bestaat mijn vak nog, bestaan de omroepverenigingen nog, blijven we gaan voor kwaliteit en de menselijke maat? Heel veel interessante vragen.

Het lijkt me super leuk om mee te doen!

Groet

Beste mensen van Werkstation,

Ik ben enorm benieuwd naar jullie "StraX" project. Het vereist een half jaar inzet van me (en m'n collega's begrijp ik). Ik kijk uit naar wat jullie voor dit traject in petto hebben, en ik begrijp dat mijn eigen ervaring en verwachting daar een rol in spelen.

Over mijn ervaring. Ik werk nu 30 jaar voor radio. Eerst als vrijwilliger bij de Amsterdamse Concertzender (productie, regie, presentatie), later bij Radio 4 (zie hiervoor + verslaggeving), Radio 5 (productie / presentatie van een dagelijks cultuurprogramma) en Radio 6 (presentatie, productie, muzieksamenstelling).

Naast mijn radiowerk heb ik wat uitstapjes gemaakt naar televisie: een seizoen promowerk voor Nederland 3 (voor de NOS in 1992) en de live presentatie van het VPRO programma Vrije Geluiden op Nederland 3 (drie keer in December 2001). Een ander "uitstapje": in mijn jaren bij de NPS heb ik veel jonge studenten in hun stage begeleid, met goede resultaten. Dat lijkt een voetnoot, maar in de praktijk is het veel meer dan dat.

Het prachtige van radio maken is dat het zo veelzijdig zijn kan. Behalve veelzijdigheid zie ik één andere constante in mijn werk: de drive iets nieuws op te bouwen. Van de Concertzender in Amsterdam en een reeks nieuwe programmaseries bij Radio 4 en Radio 5, tot een compleet nieuw station als Radio 6 Soul & Jazz.

Het laatste is nog lang niet "af" dus ik ben nog altijd zeer gemotiveerd om er met een klein team voor te zorgen dat het de aandacht - en de luistercijfers - krijgt die het verdient. Dat gaat ook heel goed, met mijn centrale functie als lid van de muziekredactie.

Inmiddels ben ik 51. De omroepcultuur, werkwijzen en mediaconsumptie zijn ingrijpend veranderd. What's next? Ik ben echt veel te jong om "te blijven zitten waar ik zit". Maar ik merk dat ik last begin te krijgen van tunnelvisie. De werkdruk en de concentratie op mijn huidige taken heeft mijn blik vernauwd - ik heb in feite geen zicht meer op toekomstige mogelijkheden. Daarom trekt dit StraX traject me zo aan.

Mijn verwachting? Ik wil mijn blik scherpen voor wat mij de komende jaren de beste kansen biedt. Mijn grootste uitdaging op programmatisch, maar ook multimediaal gebied. Kan ik mijn creatieve ervaring als maker inzetten, of zou ik juist meer moeten streven naar een aansturende functie?

Tot slot: naast mijn radiowerk schrijf ik al ruim 10 jaar over mobiele telefonie. De laatste jaren trekt vooral mijn Engelstalige PureViewClub.com internationaal de aandacht. Nieuwe media / technologie / beeld / social media / marketing heeft dus meer dan mijn gemiddelde belangstelling. Ik hoop dat ik ook die passie kan inzetten voor een nieuwe visie op mijn professionele toekomst.

Ik kijk enorm uit naar jullie reactie en hoop dat deze motivatie genoeg aanleiding biedt om mij voor dit traject te selecteren.

Hartelijke groet en tot StraX?

Bijlage 2: uitnodiging bijeenkomst 3 oktober

Beste,

Onlangs heb je je, samen met nog heel wat andere collega's, opgegeven om deel te nemen aan het programma StraX. Het programma StraX zal ca. tien deelnemers op bijzondere en effectieve wijze begeleiden naar een betere inzetbaarheid. Hoe? Dat is nog niet helemaal concreet te zeggen; we hebben daar wel ideeën over, maar willen jullie eerst wat beter leren kennen.

Goed om alvast vooraf te weten

We maken jouw tocht zichtbaar door reportages, clips en korte nieuwsitems: er wordt verslag gemaakt van alle belevenissen van jou en jouw collega's. Gedurende dit half jaar krijg je 'bekendheid', inspireer je collega's en kun/wil je misschien zelf wel workshops geven om collega's aan te moedigen te werken aan hun eigen inzetbaarheid.

Je wordt dus niet alleen het bewijs van duurzame inzetbaarheid, maar ook een ambassadeur (de bedoeling is namelijk dat niet alleen jij werkt aan jouw eigen inzetbaarheid. Het is belangrijk dat alle collega's die werkzaam zijn bij de Publieke Omroep nadrukkelijker bezig gaan met hun eigen rol en positie.)

En we zorgen ervoor dat dit gewoon kan, naast je eigen werk.

Hoe verder

Er heeft zich een ruim aantal kandidaten gemeld. Op basis van jouw mail willen wij jou graag uitnodigen op 3 oktober aanstaande om 09.30, in het gebouw van de NPO in Hilversum. Samen met collega's maak je dan kennis met het programma en de begeleiders. Deze bijeenkomst duurt tot circa 11.30. Aan het einde van de bijeenkomst weet je meer over de aard van het programma en de begeleiding en wordt opnieuw gevraagd of je nog wil deelnemen. Blijven er dan teveel kandidaten over, dan kiezen wij voor de beste match qua team, programma en vraagstukken.

Tot de 3e!

Groet, Suzanne

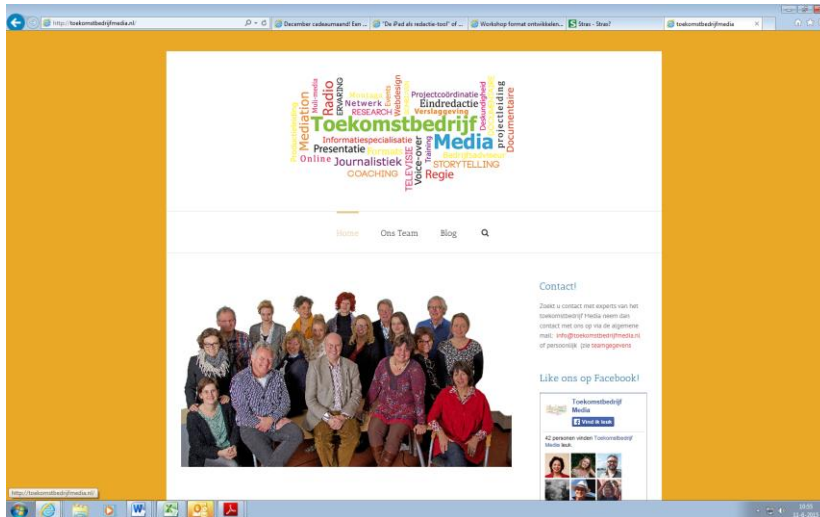
datum: 3 oktober 2014

tijd: 09:30 – 11:30 uur

locatie: gebouw NPO Hilversum, Marconizaal

nota bene Kun je ons laten weten of je bij deze bijeenkomst aanwezig zult zijn?

Activiteit h : Evaluatie en monitoring van de pilots en de uitvoering van het communicatieplan



Inhoudsopgave

1. Monitoring Het toekomstbedrijf

- 1.1 Aanmeldingen
- 1.2 De uitvoering – kwalitatieve en kwantitatieve resultaten
- 1.3 Conclusies pilot Toekomstbedrijf: input voor nieuw beleid ‘van werk naar werk’
- 1.4 Waardering en mening deelnemers

2. Monitoring Job Roulatie

- 2.1 Aanmeldingen en verloop
- 2.2 Conclusies pilot Job Roulatie: input voor nieuw beleid ‘vast contract – variabele functie’

3. Monitoring communicatieprogramma Strax

- 3.1 Leerpunten communicatieprogramma Strax
- 3.2 Het bereik van de sites
- 3.3 Waardering en mening deelnemers

Bijlage 1: evaluaties deelnemers Toekomstbedrijf

Bijlage 2: evaluaties deelnemers communicatieprogramma Strax

Dit document betreft een korte weergave van de monitoring van de pilots en de uitvoering van het communicatieplan binnen het ESF actie E project “Wijzer werken met WerkStation”.

1. Monitoring Het Toekomstbedrijf

1.1 Aanmeldingen

Toen de oproep voor boventalligen via www.werkwijzer.tv onvoldoende opleverde (6), is gekozen voor een advertentie op www.villamedia.nl. Dit heeft tot een additioneel aantal aanmeldingen geleid van ca 30, waarna er 14 zijn ‘geselecteerd’. *Doordat wij adverteerden op VillaMedia reageerden ook werklozen vanuit andere sectoren/bedrijven.*

1.2 De uitvoering - kwalitatieve en kwantitatieve resultaten

Kwalitatief

Het Toekomstbedrijf heeft goed gefunctioneerd. De samenwerking was zeer constructief. Iedereen was erg gemotiveerd en betrokken. Presentie was vrijwel compleet. Op momenten van tegenslag (op de arbeidsmarkt of wegens privéomstandigheden, zoals ziekte) hebben de deelnemers elkaar goed opgevangen.

Er is hard gewerkt. De deelnemers hebben een website gebouwd met een ondernemend en constructief karakter: niet een groep van boventallige maar een netwerk van mediaprofessionals. De website is heel goed ontvangen. Ook is een facebook- en twitteraccount gestart. Systematisch werd naar buiten gecommuniceerd. In een Whatsapp groep werden vacatures, nieuwtjes en andere zaken onderling gecommuniceerd.

Er is heel veel ondernomen. Met een externe partner is gewerkt aan een format voor een televisieprogramma. Vrijwel alle deelnemers hebben met (oud-)collega's initiatieven genomen om projecten te onderzoeken of op te starten. Drie deelnemers hebben onderzocht of zij coaching on the job konden aanbieden aan de hun bekende omroepen: twee gaan er mee door.

De deelnemers zijn zelfbewuster en ondernemender geworden. Iedereen heeft het eigen netwerk onderhouden en vergroot. Ze hebben geleerd dat de arbeidsmarkt complex is en niet erg toegankelijk. Ze hebben een personal brand ontwikkeld en hun persoonlijke arbeidsmarkt in kaart gebracht.

Een belangrijke eye opener was het feit dat de overstap vanuit de media naar andere branches zeer moeilijk is: veel deelnemers zijn pijnlijk geconfronteerd met afwijzingen op sollicitaties waarvan zij dachten dat de baan hun op het lijf geschreven stond. Ze dachten vaak te gemakkelijk over een sollicitatieprocedure. Hierdoor liepen ze schade op die ze vervolgens probeerden om te zetten in een nieuwe aanpak.

Kwantitatief

Naam	Leeftijd	Resultaat	Bijzonderheden
Banen			
1. A.v.T.	53	Baan	Buiten omroep
2. N.E.	37	Baan	Bij producent
3. E.N.	54	Baan	Omroep
4. S. v. W.	45	Baan	Beeld en geluid
5. D.D.	52	Freelance project	Omroep
6. W.D.	42	Twee banen	Op zelfstandige basis
7. R.R.	61	Baan	Interim, met mogelijkheid van verlenging
Opdrachten/ projecten			
8. C.v.d.H.	64	Project	Opdracht voor omroep
9. M.de K.	62	Freelance research	Opdracht omroep
10. C. K.	45	Ondernemerschap en sollicitaties	Bezig met bedrijfsfilm;
11. A.R.	55	In gesprek over verschillende projecten	
12. E.S.	38	Eigen bedrijf met opdracht	Naast sollicitaties
13. B.N.	54	Eigen opdrachten freelance	
14. M.Z.	41	Eigen opdrachten en sollicitaties	Website bouwer
Overig			
15. S.H.	29	Bezig met opleiding	Solliciteert gericht
16. S.v. S.	45	Freelance opdrachten	Wil andere richting in
17. C.v.D.	62	Stage en opleiding	Omscholing naar coach
18. R.W.	58	Stage en opleiding	Omscholing naar coach (parttime)
19. A.de K.	54		Ziekte; bezig met onderwijs
20. T.v.L.	43	solliciteert	Zijinstromer in de zorg ICT

1.3 Conclusies pilot Toekomstbedrijf: input voor nieuw beleid 'van werk naar werk'

De arbeidsmarkt

Uit de pilot blijkt dat de arbeidsmarkt voor omroepmedewerkers zeer lastig is. Er zijn beperkt vacatures bij de omroepen omdat er over de gehele breedte sprake is van krimp. Vacatures die er wel zijn, zijn vrijwel altijd tijdelijk en voor korte duur. De markt is steeds meer projectmatig: medewerkers worden voor de duur van het programma ingehuurd. Dat geldt helemaal voor de buitenproducenten. Zij denken en werken vanuit projecten. Omroepmedewerkers zien de communicatiemarkt als alternatief. Deze is echter sterk verzadigd en wordt overspoeld door jonge net afgestudeerde specialisten. In de overige mediabedrijven is ook sprake van krimp (uitgeverijen en geschreven pers).

Veel sollicitaties van deelnemers aan het Toekomstbedrijf in de aanpalende gebieden waren teleurstellend. De deelnemers vonden het moeilijk om hun competenties te vertalen naar andere sectoren. Alleen medewerkers die ondernemend gedrag ontwikkelden en gingen netwerken kwamen op kansen in andere sectoren uit. Deelnemers vonden het moeilijk een Plan B op te stellen. Daarvoor is een speciale coaching uitgevoerd.

De mindset van de deelnemers

De meeste deelnemers hadden lange jaren ervaring bij een (of meerdere) omroep(en). Zij hebben daar met liefde gewerkt en zijn verknocht aan "het wereldje". Dat maakt hun afstand tot de externe arbeidsmarkt groot. Hoewel zij soms al twee jaar werkeloos waren hadden zij de psychologische band met de omroep niet doorgeknipt. Zij hadden het verlies van werk vaak nog niet verwerkt.

Vaak waren ze naïef bij sollicitaties. Sommigen wachtten op de perfecte vacature en die zou dan voor hen zijn. Bijvoorbeeld een interessante vacature bij het Rijksmuseum. Dat er waarschijnlijk zeer veel concurrenten waren, werd dan niet goed ingeschat. Bijna niemand kreeg in zo'n situatie een uitnodiging voor een gesprek. Ook sollicitaties verliepen vaak suboptimaal. Men dacht met een mooi geschreven wat vleierende brief ver te komen.

De loopbaancompetenties

Ondanks het feit dat de deelnemers goed kunnen schrijven en communiceren waren de loopbaancompetenties zeer mager. Men vond het spannend over zichzelf te spreken. Personal brand en pitch waren hoogtepunten uit de pilot omdat de deelnemers zichzelf moesten overwinnen. Stapje voor stapje ging men netwerkgesprekken aan. Vrijwel elke baan en elke opdracht is via netwerk tot stand gekomen.

Ondernemend gedrag en hybride denken

Eén van de deelnemers heeft een eigen bureau voor stemwerk. Zij was erg sterk in netwerken en heeft meteen een hybride aanpak nagestreefd. Hierdoor kreeg zij contact met een begrafenisondernemer die freelance medewerkers zoekt. Zij ging proefdraaien, volgde een korte opleiding (buiten het project om) en kreeg gemiddeld twee dagen werk per week. Dit voorbeeld heeft verschillende deelnemers de ogen geopend. Als je weet wat je wilt en je gaat netwerken dan is er altijd iets mogelijk. Diverse deelnemers zijn momenteel twee activiteiten naast elkaar aan het opzetten.

Leerpunten voor maatregelen op te nemen in beleidsplan

- De afstand tot de externe arbeidsmarkt (buiten de media) is groot. Niet alleen kunnen de meeste deelnemers die niet zelfstandig overbruggen, ze hebben vaak ook niet het gevoel dat daar mogelijkheden zijn. In een volgende fase van de maatregel moet meer aandacht komen vanaf het begin om externe ervaring op te doen en de eigen competenties te vertalen naar andere sectoren. Deelnemers kunnen werkervaring opdoen en snuffelen in andere bedrijven. Dat is nu ook aangeboden, maar moet vooraf worden afgesproken als doel.
- Het aantal banen dat is gerealiseerd is relatief beperkt. Dat had met veel factoren te maken: relatief hoge leeftijd, een deel van de deelnemers hoeft niet per sé (door schadeloosstelling of goede thuissituatie), angst om naar een onzekere toekomst te gaan, de doorlooptijd van 5 1/2 maand is aan de korte kant. Uit eerdere ervaringen blijkt dat negen maanden de ideale duur is. Hier moet bij een voortzetting van de maatregel rekening mee worden gehouden
- Het psychologische proces dat de deelnemers doormaken is in dit project als parallelproces uitgevoerd. In een volgend project is het goed om aan het begin toch een workshop te verzorgen over verlies en transitie, waardoor de deelnemers in een gelijke situatie komen. Nu hadden soms deelnemers na 4 maanden behoefte aan begeleiding van verwerking of transitie.
- Een groep van 20 is net te groot om iedereen voldoende aandacht te geven. Aanbeveling is een groep van maximaal 15 deelnemers.
- Sneller aandacht geven aan transitie en verwerking. Hierdoor worden de deelnemers vrijer om te ondernemen.

1.4 Waardering en mening deelnemers

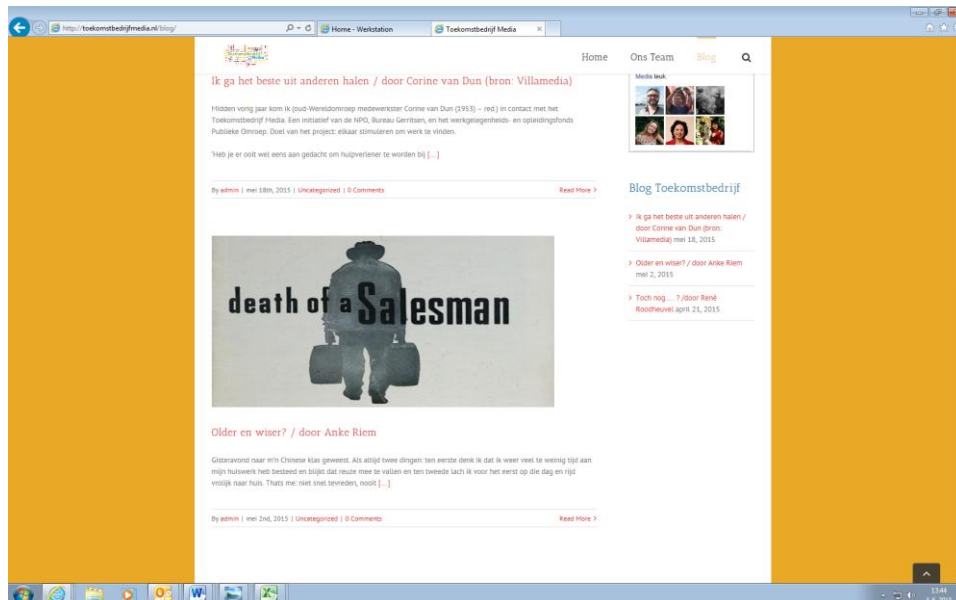
De deelnemers hebben de pilot goed geëvalueerd. Zij zien het Toekomstbedrijf als een structuur om te groeien. Als een uitvalsbasis, als een warm bad en als een stimulerende lerende groep. Het samen werken aan je eigen en elkaars doelen hebben ze heel positief ervaren. Mogelijk gaan ze als professioneel netwerk zelfstandig verder. Samenvattend:

1. De deelnemers hebben het samenwerken met elkaar als stimulerend en motiverend ervaren.
2. De deelnemers zijn stuk voor stuk meer ondernemend geworden en kennen de principes van het aanbieden en verkopen van toegevoegde waarde.
3. Ze zijn beter uitgerust om in alle vormen van contracten en werk te functioneren.

Reacties uit de evaluatie (zie bijlage 1):

- ik ben op een nieuw spoor gekomen
- het TKB doorbreekt de sollicitatiesleur
- geeft vertrouwen, motivatie, moed
- het heeft mij ondernemender gemaakt
- mijn horizon is verbreed
- ik heb geleerd out of the box te denken

www.toekomstbedrijfmedia.nl: een site opgezet door de deelnemers aan het toekomstbedrijf



2. Monitoring Job Roulatie

2.1 Aanmelding en verloop

Het verloop was moeizaam: ondanks dat uit onderzoek (analyse) bleek dat zowel werkgevers als werknemers overtuigd zijn van het belang van dit instrument voor de inzetbaarheid van medewerkers, bleek de daad bij het woord voegen een stuk lastiger. Na de diverse oproepen ontstond het volgende beeld:

Jobroulatie - beschikbare plekken					
Omroep	functie	inhoud	periode	salarisschaal	opmerkingen
1 EO	redacteur radio 1		duur in overleg	G	duur in overleg
2 L1	verslaggever of bureauredacteur			n.b.	
3 NOS	De afdeling Evenementen van de NOS wil wel een plek beschikbaar stellen maar waarschijnlijk niet fulltime en voor een korte periode.			n.b.	
4 Omroep Brabant	Bureauredacteur			G	28 - 36 uur
5 Omroep Flevoland		redacteur of redacteur/verslaggever	min. 3 maanden, afspraak over langere termijn is mogelijk	G	
6 Omroep West	Redacteur/ verslaggever	zie bijlage functiebeschrijving red/versl. F + G	3 tot 6 maanden	F of G	
7 Omroep Zeeland	Redacteur		3 maanden	G	
8 Omroep Fryslan	Bureauredacteur G/H			G / H	beheersing Friese taal vereist, in ieder geval mondeling, maar bij voorkeur ook schriftelijk
9 Omroep Fryslan	Verslaggever/redacteur G/H			G / H	
10 RTV Drente	bureauredacteur of verslaggever zijn, of een combinatie van beide		3 maanden, afspraak langere termijn is mogelijk	G	
11 RTV Noord	bureauredacteur of verslaggever			G	afhankelijk van de ervaring van degene die rouleert
12 RTV Noord-Holland	Redacteur/ verslaggever		duur in overleg	n.b.	
13 RTV Oost	Bureauredactie of productie	bureauredactie of productie voor ons dagelijkse nieuws- en achtergrondenprogramma	vanaf 1 april 2015, duur in overleg	G	
14 RTV Rijnmond	Internetredacteur		3 maanden		32 uur per week

Jobroulatie - aanmeldingen						
Omroep	functie	contracturen	salarisschaal	woonplaats	max km's	opmerkingen
1 RTV NH	presentator/programmaker		32 G	Bussum	30	wil bij landelijke omroep
2 EO	redacteur visie		36 G	Papendrecht	75	
3 RTV Rijnmond	Internetredacteur		29 G	Delft	150	
4 RTV Noord	redacteur/ verslaggever		20 G	Groningen		Max. Hilversum / Amsterdam
5 omroep Zeeland	verslaggever/redacteur		36 G	Goes		kilometers maakt niet zoveel uit
6 KRO-NCRV	verslaggever/camjo		32 G/H	Amsterdam		gewenst plek: redacteur/verslaggever RTV NH

Mogelijke combinaties						
Omroep	functie	omroepen	actie 1		actie 2	
EO	redacteur visie	bij VPRO of bij Bindinc	vragen of Mirjam dat überhaupt wil omzetten en of ze een red/verslaggever terug willen geven	v	wil niet meer (16/3)	
RTV Noord	redacteur/ verslaggever	bij RTV Oost		v		
RTV NH	presentator/programmaker	bij NOS	is op gesprek geweest	v		
omroep Zeeland	verslaggever/redacteur	omroep west	vragen of omroep Brabant zijn plek wil omzetten en of ze een red/verslaggever willen teruggeven aan Omroep Zeeland	v		
KRO-NCRV	verslaggever/camjo	RTV NH	vragen of RTV NH een verslaggever wil teruggeven aan KRO-NCRV	v	CV mailen aan Gizem voor regelen van gesprek v	ziet er vanaf ivm kort project en eventueel baanverlies
RTV Rijnmond	Internetredacteur	??	oproep doen voor een internetredacteur en ook de plek	v		

2.2 Conclusies pilot Job Roulatie: input voor nieuw beleid 'vast contract – variabele functie'

Zoals reeds aangegeven bij activiteit 4 waren er problemen met het realiseren van de werkplekken binnen het job roulatiesysteem. De roulatieplekken zijn niet uitgevoerd. Het

heeft ons wel kennis opgeleverd hoe we een dergelijke interventie in de toekomst wel succesvol kunnen maken:

- Om job roulatie goed te kunnen doen heb je een kritische massa nodig (plekken en mensen in balans) van plekken en mensen. Iedere omroep moet minstens 2 plekken weggeven en vanuit iedere omroep moeten er minimaal 2 beschikbare medewerkers zijn; om dit te bewerkstelligen dient er minder vrijblijvendheid te zijn;
- Van tevoren moeten de spelregels (bv. T.a.v. vergoeding) helder geformuleerd worden (door ons) om zo onduidelijkheid te voorkomen;
- Van tevoren dienen leidinggevenden bewust te worden gemaakt van het belang van interne mobiliteit, voor de medewerker en voor de organisatie; indien mogelijk dienen organisaties én diens leidinggevenden verplicht te worden mee te werken.
- Het vergt vanuit het AWO fonds specifieke focus en toewijding om de roulatie tot stand te brengen.

3. Monitoring communicatieprogramma Strax

3.1 Leerpunten communicatieprogramma Strax

De leerpunten:

- Spreiding over omroepen is essentieel. Door mutaties (vroegtijdige afhakers) zijn er twee van de wachtlijst doorgeschoven. Hierbij is minder op omroep en meer op enthousiasme gelet. Daardoor was de spreiding over de omroepen minder optimaal, wat ten koste gaat van de resultaten van een P2P aanpak.
- De combinatie van werken aan je eigen inzetbaarheid met de ambassadeursrol lijkt lastig.
- Werken aan je inzetbaarheid/ontwikkeling kost tijd: medewerkers willen/verwachten in hele korte tijd resultaat: belangrijk is dat medewerkers tijd krijgen en nemen voor hun ontwikkeling.
- Leidinggevendenden zijn 'lastig', in elk geval niet op deze manier, te bereiken: in hun rol als leidinggevende, maar ook in hun rol als medewerker (die moet werken aan zijn/haar eigen inzetbaarheid). Nader onderzoek moet worden gedaan op welke manier wij hen het beste kunnen bereiken.
- Doelgroep die nog altijd zijn budget niet heeft gebruikt is moeilijk om te bewegen dit wel te doen;
- Budget van medewerkers is bij veel omroepen nog in beheer van de omroep zelf, waardoor 'toestemming' moet worden gevraagd. Het zou goed zijn om te kijken of er meer beweging komt indien dit budget bij medewerkers terecht komt, die zelf kunnen 'shoppen' en beslissen op werkstation.
- Eind 2014 liep het eerste tijdvak van 5 jaar af (2009-2014). Over de toekenning van de € 1000 voor de tweede maal is geen eenduidig beleid/afpraak. Sommige omroepen kennen de € 1000 per tijdvak toe, anderen op individueel niveau om de vijf jaar. Over dit laatste moet in de cao strakkere afspraken worden gemaakt;
- Deze boodschap moet je blijven herhalen.

3.2 Het bereik van de sites

Als onderdeel van het communicatieprogramma Strax zijn 3 websites gelanceerd: strax.tv, straxvoorleidinggevenden.tv en 1000eurovoorstrax.tv. Strax.tv is onder de aandacht gebracht bij een kleine 5000 medewerkers, kende maar liefst 4068 unieke bezoekers, waarvan 1068 regelmatig (> of gelijk aan 2 keer) terugkwamen. De gemiddelde verblijfstijd op de site was 2 minuten en 46 seconden. Straxvoorleidinggevenden.tv is onder de aandacht gebracht bij een ca. 700 leidinggevendenden, kende slechts 55 unieke bezoekers, waarvan 15 regelmatig (> of gelijk aan 2 keer) terugkwamen. De gemiddelde verblijfstijd op de site was 1 minuut en 23 seconden. 1000eurovoorstrax.tv is per mail bij 4489 medewerkers onder de aandacht gebracht. De site www.1000eurovoorstrax.tv werd 371 keer uniek bezocht, 52 medewerkers keerden 2 of meer keer terug en brachten gemiddeld 1 minuut en 17 seconden door op de website. 14 medewerkers hebben op basis van deze 'oproep' hun budget rechtstreeks via Werkstation ingezet, 33 deden dit ook, maar via de omroepen. Doelstelling was 50, resultaat 47.

Centraal in de communicatie stond het Werkstation: het platform voor inspiratie, trainingsaanbod en informatie rondom ontwikkeling en inzetbaarheid. De traffic naar dit

platform is de afgelopen tijd enorm toegenomen en uit benchmark blijkt dat het bezoek en acties groter is dan bij vergelijkbare platforms.

3.3 De waardering en mening van de deelnemers

Een weergave van de reacties van de 10 deelnemers op het communicatieprogramma Strax is opgenomen in bijlage 2

Bijlage 1

**Evaluatie toekomstbedrijf.**

De doelstelling van het toekomstbedrijf (als pilot) was/is:

Achterhalen of het samenbrengen van werkzoekenden leidt tot:

- Een meer optimistische blik/houding van deelnemers over hun kansen op de arbeidsmarkt
- Een stimulans actiever bezig te zijn met het zoeken naar werk/opdrachten.
- Meer zelfvertrouwen bij deelnemers over wat zij te bieden hebben en hoe ze dit in de arbeidsmarkt neer moeten zetten
- Een hogere uitstroom naar werk/opdrachten

Wat ik je wil vragen is dat je naar de laatste 3 punten kijkt en dan voor jezelf terugblijkt op: hoe deed ik dat/hoe ervoer ik dat voordat ik aan het Toekomstbedrijf deelnam en hoe doe ik dat/ervaar ik dat sinds ik aan het Toekomstbedrijf deelneem.

Jouw blik/houding/gedachten over jouw kansen op de arbeidsmarkt. Hoe waren je gedachten toen en hoe zijn ze nu? Welke invloed heeft het Toekomstbedrijf (de professionele begeleiding) hierop gehad? Welke invloed hebben jouw collega deelnemers hierop gehad?

- *De reden om me aan te melden bij het Toekomstbedrijf was omdat ik alleen achter mijn bureau thuis vast liep. Ik hoopte nieuwe motivatie te vinden om door te gaan met solliciteren en wellicht een stel mensen tegen te komen die samen iets kunnen ondernemen. Het verplichtende karakter van een dag in de week (meer was wel wat veel geweest) werkte goed voor mij. Het was fijn om gelijken te spreken en te horen dat je niet de enige bent. De andere kant van de medaille is wel dat je des te meer beseft hoe lastig de arbeidsmarkt is. Als het al deze mensen niet lukt om een vaste baan te krijgen.. Door de gesprekken met elkaar, de begeleiders krijg je een beter beeld over wat je zelf wil, je kansen en wat je er voor moet doen. Het is zeker motiverend. Maar ik werd er ook van verdrietig van. En de nadruk op jezelf verkopen - van jezelf een merk - is nuttig maar ook vervelend. Solliciteren is hard werken ;-). Het is prettig om een vaste plek te hebben waar ook werkend internet is zodat je op de vaste dag ook echt aan de slag kan. De gedachten over mijn kansen op de arbeidsmarkt zijn er niet positiever op geworden. Het wezenlijke probleem is het aantal banen in de media en de omliggende sectoren, die nog steeds krimpen.*
- *Vooraf had ik geen goed idee over de mogelijkheden op de arbeidsmarkt buiten de omroep. Door met Willem en Wendy te kijken naar je eigen kwaliteiten en daar beter zicht op te krijgen, kreeg ik ook wel een beter beeld hoe ik die kwaliteiten ook buiten*

de omroepen kan inzetten. Het idee dat je eigenlijk niets kan buiten de omroepen om is daardoor wel bijgesteld, dus optimistischer. Daarnaast werden we gestimuleerd door Willem en Wendy om juist naar de arbeidsmarkt buiten de omroep te kijken. We kregen daar handige tips voor. Door ook samen met anderen binnen de groep naar te kijken kreeg ik ook een beter beeld van welke kwaliteiten ik heb en welke ik in kan zetten. Dat zou nooit gebeurd zijn als ik thuis was blijven zitten. De combinatie van professionele begeleiding in het omhooghalen van kwaliteiten en de combinatie van mensen in de groep die dezelfde achtergrond hebben en dus kwaliteiten heel goed kunnen herkennen en versterken werkt heel goed.

- Ik tilde er voor mezelf wel zwaar aan dat ik tijdelijk geen werk had. Dat was een gevoel van 'zoeken naar een speld in een hooiberg'. Mijn leeftijd en de crisis werkten niet mee. In het Toekomstbedrijf werd de blik wel wat reëler. Ik kon veel dezelfde ervaringen delen. De professionele begeleiding was ook goed, Het oefenen met sollicitatiegesprekken voeren was nuttig. De groep geeft ook sociale steun aan elkaar. Het is vergelijkbaar met een werksituatie.
- Voordat ik aan het TKB begon zat ik al een kleine 2 jaar zonder werk en had ik al diverse trajecten doorlopen. O.a. loopbaan coaching, een UWV-cursus 55+, en diverse activiteiten binnen de Media Werkplaats Hilversum (MWH). Het aantrekkelijke van het TKB vond ik de wekelijkse bijeenkomsten met collega's die in hetzelfde schuitje zitten en de professionele aanwezigheid van Willem en Wendy. Daardoor was het geheel minder vrijblijvend dan de MWH. Hoewel ik geenszins 'eenzaam op een zolderkamertje zat te verpieteren' – integendeel erg actief ben/was met allerlei vrijwillige activiteiten –, hoopte ik toch op een meerwaarde vanwege het commitment, de onderlinge inspiratie en het grotere – want gezamenlijke – netwerk. De professionele begeleiding heb ik als zeer prettig ervaren en leidde hier en daar ook wel tot verdieping van eerder opgedane inzichten. Ook van de collega's heb ik het nodige kunnen leren. Toen ik werkloos werd, dacht ik wel weer snel aan de slag te kunnen. Ik had een houding van: ik pak alles aan. De afgelopen jaren is de arbeidsmarkt toch weerbarstiger gebleken, en hoewel niemand het hardop zegt: ik ben ervan overtuigd dat mijn leeftijd daarin een grote rol speelt. Nu het TKB ten einde loopt, moet ik jammer genoeg constateren dat mijn persoonlijke situatie in die zin niet is veranderd.
- Ik ben via een collega bij het Toekomstbedrijf gaan zitten. Werkte sinds een korte tijd niet meer en was bijna met pensioen. Ik vond de professionele begeleiding erg goed en bijzonder fijn, dat er collega's zaten, met wie ik me goed kon identificeren, omdat ze allemaal in de omroep gewerkt hebben. Ik hoef geen kansen op de arbeidsmarkt meer te hebben, maar werd gestimuleerd door een oud-collega om hierbij te gaan zitten.
- Voordat ik bij het toekomstbedrijf kwam had ik het idee dat het best eens moeilijk kon zijn een passende baan te vinden. Ik was onzeker en wist niet goed hoe ik het moest aanpakken. Bij het toekomstbedrijf heb ik meer vertrouwen gekregen en bleken mijn kansen op de arbeidsmarkt groter dan ik had gedacht. Daarnaast heb ik tijdens de deelname aan het toekomstbedrijf er over nagedacht om voor mijzelf te beginnen, iets waarvan ik hiervoor dacht dat dat niet voor mij was weggelegd vanwege het onzekerheid die het met zich mee kan brengen. Door te leren over mijn talenten en het goed presenteren ervan heb ik meer zekerheid gekregen. En het samenwerken in een groep met deelnemers die zogezegd, allemaal in hetzelfde schuitje zaten, heeft

mij steun gegeven om door te zetten met het zoeken naar werk en het onderzoeken naar de onbekende arbeidsmarkt. Mijn netwerk is vergroot bij het toekomstbedrijf, ik heb van het nieuwe netwerk dankbaar gebruik gemaakt en mijzelf verder kunnen presenteren op de arbeidsmarkt.

- *Toen ik net ontslagen was dacht ik even tot rust komen en uitzoeken wat ik nou echt wil gaan doen als vervolgstap in mijn werk. En dan zet ik mijn tanden er even in en dan vind ik vast wel snel een baan. In gesprek met het toekomstbedrijf word je beeld al snel reëler dat we in een moeilijke tijd zitten en dat het allemaal niet zo makkelijk meer gaat als de laatste keer dat ik van baan wisselde. Maar het zijn allemaal stuk voor stuk kundige en gemotiveerde mensen dus het is fijn om met elkaar erover te praten. De boog is niet altijd gespannen en je bent ook weleens gedemotiveerd. Na een dagje Toekomstbedrijf heb je toch weer een andere blik en ga je weer verder. Daarnaast merk je ook dat er met je meegedacht wordt en worden er nog weleens vacatures of netwerkcontacten doorgespeeld.*
- *Had vooraf een wat kritische houding ten opzichte van het Toekomstbedrijf. Vroeg me af of er iets voor me te 'halen' was. Maar ben erg tevreden over het verloop. Het heeft me een bredere blik gegeven op de arbeidsmarkt, heeft me geleerd op onderwerpen als acquisitie, netwerken en werkt ook als een soort 'stok achter de deur'. Prettig dat je zelf input kan geven waarmee je zelf ook mee kan bepalen wat je doet en at het Toekomstbedrijf voor je kan doen. Verder natuurlijk ook fijn om onderling info te delen en elkaar te stimuleren en enthousiasmeren. Anderen kunnen je ook op zaken attenderen die je zelf niet bedacht had.*

De mate waarin je actief bezig was/bent met het vinden van werk/opdrachten. Hoe actief was je hiervoor? Hoe actief ben je nu? Welke invloed heeft het Toekomstbedrijf (de professionele begeleiding) hierop gehad? Welke invloed hebben jouw collega deelnemers hierop gehad?

- *Ik ben meer en actiever op meerdere plekken gaan zoeken en met meer mensen gaan netwerken. De app waarin de groep elkaar wijst op mogelijke banen en de tips helpen daarbij. Enige dwang door de groep en de begeleiders helpen je over een drempel heen te komen om mensen directer te benaderen. Ik heb nu een tijdelijke baan. Het is lastig om te zeggen dat die klus door het Toekomstbedrijf binnen is gehaald.*
- *Ik heb gemerkt dat het me gestimuleerd heeft om actiever op zoek te gaan en dan met name te kijken naar de arbeidsmarkt buiten de omroep om. Dat is voor mij persoonlijk een keuze geweest.*
- *Ik was al actief met lezen, workshops, cursussen volgen, solliciteren. Door het Toekomstbedrijf heb ik aan 2 websites meegewerkt. Hierdoor maakte ik kennis met weer een ander CMS. De professionele begeleiding was effectief. De collega deelnemers ondersteunen elkaar vooral op alle fronten. Dat geeft een soort steun waardoor je je sterker voelt.*
- *Ik was al voor het TKB actief met het vinden van werk, zowel binnen als buiten de mediawereld. Daarnaast deed en doe ik ook het een en ander in de vrijwilligerssfeer. Het TKB heeft geen invloed gehad op de frequentie en intensiviteit van die activiteiten. Bij aanvang van het TKB was ik optimistisch dat het door de grootte van de groep ook makkelijker zou zijn om 'out of the box' en verder buiten het directe mediawereldje te kijken. Dat is naar mijn mening onvoldoende uit de verf gekomen.*

- *Ik was helemaal niet actief met werk zoeken en hoef dat ook niet meer. Ik heb 40 jaar gewerkt met veel energie, maar nu ben ik eigenlijk toch mede door het Toekomstbedrijf weer begonnen om opnieuw met mijn passies bezig te zijn: het maken en nu van mogelijke tv documentaires. Dat komt vooral door de collega-deelnemers, die allemaal op een actieve manier bezig waren en zijn met nieuwe opdrachten. Ik werd weer gestimuleerd en maakte er dus werk van. Hoop, dat ook ik door mijn aanwezigheid een bijdrage heb kunnen leveren.*
- *Ik ben actiever geworden in het zoeken naar werk en opdrachten. Door de professionele begeleiding heb ik een andere kijk gekregen op welke arbeidsmarkten geschikt voor mij zijn en wat de beste aanpak is voor actie. De deelnemers deelde hun ervaringen en ik heb veel tips gekregen over waar ik welk werk kan vinden. Denk daarbij aan vacature sites en het optimaal kunnen werken met de vacature site van Werkstation. De sollicitatie techniek van de professionele begeleiding heeft mij enorm geholpen met het nog meer actief solliciteren naar banen. Het delen van die ervaringen in de groep hebben dat aangesterkt.*
- *Ik ben nog steeds actief aan het zoeken maar weet niet of ik zo gemotiveerd zou zijn als ik niet regelmatig met soortgenoten sprak. Alleen achter je pc zoeken naar vacatures is niet echt blij makend.*
- *Ik was al actief op zoek naar werk, maar het werkt prettig als je daarin gesteund voelt door anderen. Denk dat ik nu breder kijk dan vooraf, door meer input en door bredere blik en meer mogelijkheden. Collega-deelnemers wijzen je op mogelijkheden die je zelf nog niet had gevonden. En andersom natuurlijk.*

Jouw blik/houding/gedachten over wat jij te bieden hebt. Hoe waren je gedachten toen en hoe zijn ze nu? Welke invloed heeft het Toekomstbedrijf (de professionele begeleiding) hierop gehad? Welke invloed hebben jouw collega deelnemers hierop gehad?

- *Ik heb nu scherper voor ogen en kan beter verwoorden wat ik kan en te bieden heb dankzij de deelname aan het Toekomstbedrijf. Door de aandacht op jou werkzame ik te richten in plaats maar door te modderen, krijg je meer inzicht en zie je ook weer waar je kracht zit. Het is heel fijn om een sociale groep mensen om je heen te hebben uit dezelfde arbeidsmarkt. Voor het netwerk is het misschien wel beter at er meer diversiteit is, maar je begrijpt elkaar wel sneller en beter. Het besef dat de kans op een vaste baan klein is, al is het wel wat ik het liefste wil.*
- *Ik weet dat ik veel te bieden heb en dat ik mijn werk zo goed mogelijk doe . Ik heb al veel gedaan in mijn leven aan werk en opleiding en erkenning gehad. Ik moest gewoon de juiste persoon tegenkomen met solliciteren. Enkele basis-aannames vanuit de coaching Toekomstbedrijf over sollicitatiegesprekken veranderden mijn kijk hierop.*
- *Ik heb 2 jaar geleden een loopbaancoachingstraject gevolgd dat niet effectief is geweest in het voorbereiden op sollicitatiegesprekken, waardoor gesprekken bij grote werkgevers (2^e Kamer, Rijksmuseum, VU, Achmea) niet goed liepen. Toen ik klaar was met die coaching vertelden ze dat ze failliet waren, maar dat niet eerder hadden kunnen zeggen. De coaching in het Toekomstbedrijf was veel echter. Ik had daar het gevoel dat ze mij beter zagen wie ik echt ben. De collega deelnemers hebben een positieve invloed gehad. Soms was het ook confronterend, maar al met al ben ik er beter uit gekomen.*
- *Ik denk dat het TKB dat niet wezenlijk heeft veranderd, maar wel heeft aangescherpt. Meer tot de kern gekomen door de te focussen op je eigen 'brand'.*

- *Ik denk dat ieder voor zich het best weet wat hij of zij kan maar een keer je kwaliteiten pitchen voor de groep of je profiel maken voor de website geeft mij toch weer nieuwe inzichten.*
- *Ik heb een andere kijk gekregen op wat ik te bieden heb en waar mijn ambities liggen. Ik zocht werk in het produceren van programma's zoals ik bij mijn vorige werkgever heb gedaan maar ik weet nu dat ik veel ruimer kan en mag zoeken naar werk omdat ik weet waar mijn kwaliteiten liggen en die dus veel breder inzetbaar zijn. Het ruimer kijken naar diverse functies en andere arbeidsmarkten heeft mij veel meer zekerheid gegeven. Door de pitch presentatie kwam mijn brand duidelijker naar voren, gesterkt door het commentaar en de aanmoediging van de andere deelnemers op mijn pitch. Functies waarvan ik eerst dacht dat ik ze niet zou kunnen uitvoeren bleken opeens wel in de mogelijkheid te liggen en ik kon met meer vertrouwen acties ondernemen.*

Jouw mening:

Hoe vind jij dat de Publieke Omroep vorm zou moeten geven aan haar 'van werk-naar-werk' aanbod? Doorgaan met het aanbieden van een outplacement budget aan boventalligen of anders? En zo ja, hoe anders? Welke verbeterpunten heeft het toekomstbedrijf als concept?

- *Een groot deel van de ontslagen mensen (met goede en voldoende capaciteiten) zal in de nabije toekomst geen of te weinig werk bij de media krijgen omdat het er eenvoudig weg niet is. Bij het Toekomstbedrijf ligt veel nadruk op het vergroten van persoonlijke kansen (het winnen van de concurrent) . Het gaat daarbij met name over de presentatie (opvallen, pitchen, opleuken van de c.v., onderscheidend zijn etc.).*
- *Ik denk dat er meer nadruk moet komen op banen in andere branches. Veel van de capaciteiten van mensen in de media zijn elders goed in te zetten, maar zonder een extra inspanning zal dat niet tot ander werk leiden. Het zou goed zijn om te kansrijke branches/banen die aansluiten op de ervaring en kennis van mediaprofessionals in kaart te brengen. Vervolgens kunnen wellicht met een aanvullende cursus/opleiding/stage de kansen echt vergroot worden op nieuw werk. Ik denk aan bijv. projectmanagement, versneld onderwijspapieren halen, kennis van het binnenhalen van subsidies (Europees) sponsors, onderhandelen.*
- *Het is denk ik ook goed dat binnen het Toekomstbedrijf meer aandacht komt voor het uitwerken van gezamenlijke ideeën en hoe die aan de man kunnen worden gebracht.*
- *Tijdens het project is er een website ontstaan. Het voordeel is dat als je met het Toekomstbedrijf Media de boer op gaat dan je iets zichtbaar hebt. Maar ik heb niet de illusie dat het werk op zal leveren. Daarvoor bestaat het ook te kort en is het voor mogelijke werkgevers niet helder genoeg ingevuld. Het heeft er wel voor gezorgd dat de groep beter van elkaar weet wie wat kan en het dwong iedereen extra om stappen te ondernemen om zichzelf te presenteren in tekst, beeld en sommige gevallen audio.*
- *Ik denk dat een half jaar te kort is als traject. Het duurde een aantal weken voordat de groep compleet was en het kon effectief pas na twee maanden echt goed draaien. De eerste maanden waren vooral in het teken van het verwelkomen van nieuwe leden en een manier vinden waarop iedereen een rol kreeg binnen de groep. De richting bepalen van voor je zelf beginnen, samen een bedrijf beginnen, of toch een baan zoeken, mag meer vorm krijgen. Je ziet nu dat er mensen belangstelling hebben om samen iets te beginnen maar het toch lastig vinden om daar handen en voeten aan te geven. Het proces om te bepalen wat je nu wilt heeft tijd nodig ook gegeven het*

aspect dat er weinig banen zijn en dat dat in de omroep in de toekomst ook het geval zal zijn.

- *Dankzij het toekomst bedrijf in combinatie met de mediawerkplaats heb ik een baan buiten de omroep gevonden.: Aspecten die hebben meegespeeld:*
 - *Zelfvertrouwen door kwaliteiten goed in beeld te krijgen*
 - *Je eigen kwaliteiten zichtbaar aan de groep kunnen maken*
 - *Netwerk van Wendy waar de baan is uitgerold*
 - *Coaching van Willem bij solliciteren: Brief en gesprek en leren profileren*
 - *Door iedere keer dat hardop uit te spreken en te oefenen voelde het niet meer zo onwennig om je kwaliteiten naar derden toe uit te spreken.*
- *Misschien meer persoonlijke begeleiding of in groepen zoals dit vanuit de kern wie jij echt bent en wat echt jou sterke en zwakke punten zijn. Je authentieke ik ontwikkelen. De minder sterke kanten kunnen verbeteren. Zo heb ik het bij commerciële werkgevers geleerd. Soms is dat confronterend, maar ik ben er altijd beter uitgekomen. Ik kon mijn minder sterke kanten d.m.v. de coaching verbeteren. Maak een standaard website, een raamwerk, waar je per toekomstbedrijf de content invult i.p.v. per toekomstbedrijf een nieuwe site bouwen.*
- *Naar mijn mening heeft de omroep zeker een verantwoordelijkheid richting boventalligen en is het TKB daarvoor een goed middel. Maar nog beter zou het zijn als ook voor hen die nog in dienst zijn, permanent wordt gewerkt aan een bredere inzetbaarheid middels scholing, etc.*
 - *het concept van TKB als "...bedrijf" moet m.i. heroverwogen worden, het is geen bedrijf en wordt het (denk ik) ook niet.*
 - *zet scherper in op mogelijkheden BUITEN de media van de deelnemers en kijk wat daar voor nodig om te slagen (bv extra scholing, stage voorzieningen, etc). De mediamarkt zal alleen maar verder krimpen.*
 - *maak het TKB niet te groot, 10 à 15 mensen is het maximum. Er ontstaat geleidelijk ook iets als onderling vertrouwen, dat is waardevol voor hele proces. In een kleinere groep is ook de instroom van nieuwelingen makkelijker op te vangen.*
 - *de werkwijzer-website is zeer waardevol, misschien nog verder uitventen ?*
 - *gezamenlijke app: waardevol, bijtijds inspirerend, en vooral ook leuk dat anderen uit de groep voor je meedenken.*
- *Ik zou het goed vinden, als er elk jaar bijv. 2 groepen geformeerd zouden kunnen worden, die in het Toekomstbedrijf zitting kunnen nemen en ik vond, dat Willem IJzereef en Wendy het heel goed deden. Met hun vakmanschap en kennis mensen op weg helpen en stimuleren. Goede gespreksleiders en helpers. Ik denk, dat dit juist voor mensen, die uit het werk gezet zijn een grote stimulans is om positief werk te gaan zoeken, binnen en buiten de omroep. Ze werden intensief begeleid. Voor mij was 't vooral kijken en luisteren. Ik heb er veel van geleerd en gezien, hoe mensen weer 'rechttop gaan zitten' nu er oud-collega's zijn, die ze tegenkomen en met wie ze vol vertrouwen hun problemen kunnen delen en hun eigen toekomst weer positief gaan inzien!*
- *Eigenlijk vind ik de vorm van een toekomstbedrijf heel nuttig en vooral bemoedigend voor diegenen die zonder werk komen te zitten. Met de professionele begeleiding in de vorm van een coach en een groep mensen die allemaal op zoek zijn naar werk kan de sollicitatie activiteit verhoogd worden en dus ook de kans op doorstroming. In het concept van het toekomstbedrijf is het netwerk van ongekende waarde en voegt voor*

iedereen dus iets toe aan de zoektocht naar ander werk of opdrachten. De bijeenkomsten geven de structuur en discipline die nodig zijn voor het actief blijven op de arbeidsmarkt. Het houdt mensen wakker en scherp en het geeft de nodige steun. De adviezen van zowel professionele begeleiding als deelnemers van de groep zijn van grote waarde. De site van de werkwijzer is zeer nuttig, deze zou wellicht nog beter onder de aandacht gebracht kunnen worden bij boventalligen en een uitleg van gebruik is daarbij nodig. Ook het gebruik van social media zoals LinkedIn zou volgens mij nog beter uitgelegd kunnen worden aan boventalligen. Veel boventalligen zullen het kennen maar niet iedereen weet hoe je het kan inzetten voor optimale resultaten. De groep telde op een gegeven moment 20 mensen, dat vond ik persoonlijk wel aan de grote kant. In een kleiner groep (tot 12) is het voor velen net iets makkelijker om zich bloot te geven en zich kwetsbaar op te stellen wat naar mijn mening wel nodig is om goed inzicht te krijgen in

- *Wat ik vooral mis na het boventalig zijn en in een uitkering komen is de begeleiding van het UWV. De interesse in wie jij bent en wat je kan om je zo snel mogelijk weer aan het werk te krijgen en uit de WW is ver te zoeken. Die interesse vind je wel bij het toekomstbedrijf, daarnaast zit je met soortgenoten die met je meedenken waardoor je sneller aan een baan komt dan alleen zoeken. Ik miste wel een programma gedurende deze periode, maar er moet ook wel veel ruimte zijn voor netwerkgesprekken. Dus bijvoorbeeld ochtendprogramma en middag vrij.*
- *Zou zeker dit soort trajecten als Toekomstbedrijf blijven aanbieden. Zou goed zijn om hierin meer samenwerking te zoeken met de omroepen en producenten. Je kan bv met OTP (overleg van onafhankelijke producenten) contact leggen. Meer denken vanuit opdrachten en niet vanuit banen. En ook contact leggen met aanpalende beroepsgroepen. Bv organisatie-bureau's, evenementen, projectmanagement-connecties. Zou ook meer 'eisen' kunnen stellen aan de deelnemers. In de vorm van verwachtingen. Dan en dan is het af of heb je dat en dat gedaan. Klinkt wat kinderachtig, maar denk dat het voor een aantal goed zou werken.*

Aanvullingen: hier kun je 'kwijt' wat niet gevraagd is en wel van belang voor de evaluatie van het concept Toekomstbedrijf.

- *De begeleiding van Willem heb ik als erg waardevol ervaren. Graag wil ik je bedanken dat ik mee mocht/mag doen aan het Toekomstbedrijf Media. As donderdag start ik met een tijdelijke baan van vijf maanden bij Beeld en Geluid als coördinator Toegangen zal ik er op de dinsdagen niet meer bij zijn. Het werkt motiverend om met een groep mensen de arbeidsmarkt te heroveren - een stuk beter dan alleen achter je eigen bureau. Het is goed dat er twee professionele begeleiders zijn die de juiste tools kunnen bieden, maar ook coachen waardoor je beter inzicht krijgt in je kwaliteiten en andere mogelijkheden. Ook zorgt het voor een iets dwingender karakter waardoor de groep zich als groep gedraagt. Het samen op banen letten en elkaar attenderen op verrassende mogelijkheden werkt heel inspirerend. Ook is het grappig om te merken dat al die brutale, eigenwijze mediaprofessionals die met de halve wereld bellen voor een programma het vreselijk lastig vinden om zichzelf in the spotlight te zetten (inclusief ikzelf). Soms werd ik er ook wel een beetje somber van, het is heftig om je te realiseren dat zoveel goede talentvolle, gemotiveerde mensen aan de kant staan. Maar goed, ik denk wel dat de kansen met dit initiatief voor iedereen vh Toekomstbedrijf vergroot worden/zijn.*

- *Dankzij het toekomst bedrijf in combinatie met de mediawerkplaats heb ik een baan buiten de omroep gevonden.: Aspecten die hebben meegespeeld:*
 - Zelfvertrouwen door kwaliteiten goed in beeld te krijgen
 - Je eigen kwaliteiten zichtbaar aan de groep kunnen maken
 - Netwerk van Wendy waar de baan is uitgerold
 - Coaching van Willem voor solliciteren: Brief en gesprek en leren profileren
 - Door iedere keer dat hardop uit te spreken en te oefenen voelde het niet meer zo onwennig om je kwaliteiten naar derden toe uit te spreken.
- *De mensen achter het toekomstbedrijf zouden zelf een website kunnen aanbieden per toekomstbedrijf waarin ook al veel informatie staat over solliciteren, kernkwaliteiten, voor jezelf beginnen etc. In e-books (www.bookboon.com), bij het UWV, banken, KvK verkrijgbaar.*
Dat is voor elk toekomstbedrijf toch hetzelfde.
- *Het TKB is erop gericht iedereen weer aan het werk te krijgen, niet zozeer aan een baan, maar wel aan klussen. Dat is op zich een goed en juist uitgangspunt. Toch is ook dat niet voor iedereen weggelegd en daaraan kunnen diverse factoren ten grondslag liggen. Een 40-jarige zit nu eenmaal in een heel andere levensfase dan een 60-plusser. Allereerst daadwerkelijk op de arbeidsmarkt, maar ook mentaal. Hoewel het niet helemaal onbesproken is gebleven, zou er wat mij betreft voor die onderlinge differentiatie meer aandacht moeten komen.*
- *Ik heb veel geleerd bij het toekomstbedrijf, over hoe te solliciteren, goede netwerkgesprekken te voeren, over mijn eigen kwaliteiten en talenten, hoe die in te zetten en naar voren te brengen. Mijn netwerk is mede dankzij de andere deelnemers enorm vergroot. De workshops gaven veel inzicht in het gebruik van social media en vacature sites voor het zoeken van een nieuwe baan en ik vond de sollicitatie techniek erg waardevol. Ik heb persoonlijk ook veel steun ervaren van de coaches en deelnemers om de moed erin te houden, ook na afwijzingen en andere dips. Het bezoeken van de bijeenkomsten geeft een bepaalde regelmaat en heeft mij actief en scherp gehouden.*

Bijlage 2



Evaluatie programma Strax.

strax

De doelstelling van het programma Strax was om 'zichtbaar' te maken wat duurzame inzetbaarheid is/kan zijn en hoe 'leuk' het is om hiermee bezig te zijn en te laten zien hoe belangrijk het is voor iedereen.

1. *Informeren* van alle medewerkers: goed informeren over de nut en noodzaak van duurzame inzetbaarheid en over alle mogelijkheden die de publieke omroep biedt om je daarbij te ondersteunen
2. *Stimuleren en activeren*: alle medewerkers stimuleren en verleiden om tot daadwerkelijke stappen over te gaan.

In hoeverre heeft jouw deelname aan het programma Strax collega's gestimuleerd om zelf ook na te denken over strax dan wel in actie te komen met hun eigen ontwikkeling?

- *Een groot aantal collega's heb ik doormiddel van het boekje en de banner richting de website gekregen. Veel uitleg is in deze tijd echter ook nodig gebleken. Men denkt heel snel dat dit te maken heeft met de reorganisatie. Mijn deelname heeft wel een aantal mensen aan het denken gezet maar of ze daadwerkelijk over zijn gegaan tot actie, is mij niet bekend.*
- *Ik heb in twee sessie alle redactionele collega's verteld over Strax en over mijn plannen, die ik daar ontwikkel. Ik heb foldertjes uitgedeeld en mijn grote banner heeft lange tijd in het gebouw gestaan. Ik hoop dat iedereen daardoor geïnspireerd is geraakt om ook eens verder te gaan kijken. Ik word regelmatig aangesproken over hoe ver ik ben met mijn ideeën.*
- *Het leidde ertoe dat een sommige directe collega's zijn gaan nadenken over hun eigen baan en hun werkplezier, maar of dat daadwerkelijk tot actie heeft geleid betwifel ik. Ik denk ook niet dat het zo snel gaat. Soms moet je meerdere keren aan het denken zijn gezet voordat je tot actie overgaat. Ik denk dat Strax in die zin wel prikkelend heeft gewerkt.*
- *Meteen positieve reacties gehad op de uitdeelfolder en de banner in het gebouw. Collega's vonden het stoer. Hadden zelf twijfels om mee te doen. Vonden het 'eng' om je bloot te geven, maar waardeerden het dat ik het wel deed. Tot op de dag van vandaag wordt er gereageerd op de banner. Collega's die verder met mij willen praten over wat het nu precies behelst en wat ik er aan heb. Strax is overigens een ingewikkeld begrip: er zijn ook collega's die meteen denken dat je je heil ergens anders aan het zoeken bent en dat je weg gaat bij de VPRO. Bij nadere uitleg reageert*

een deel positief: 'heel goed om je binnenshuis te oriënteren op je positie en mogelijkheden', een ander deel kijkt je toch ietwat bevreemd aan en vindt het raar dat je het op deze manier doet. Ik heb wel de indruk dat er wat meer bewustzijn is ontstaan over het nadenken van je (nabije) toekomst.

- *Ik heb met verschillende collega's gesproken over het programma en de doelstellingen.
Ik heb verder met Geke die ook het programma doet veel gesprekken gehad hoe verder.
Ik heb ook met verschillende leidinggevende gesproken dit onderwerp op te nemen in bilaterale gesprekken met hun medewerkers.
Ik neem aan dat er toch verschillende mensen bewuster zijn gaan nadenken.*
- *Ik heb er met veel collega's over gesproken. Velen zijn positief over het idee meer met je inzetbaarheid bezig te zijn. Maar met de huidige 'angst' binnen KRO-NCRV durven mensen er niet echt werk van te maken. Te bang hun huidige werk daarmee in de wielen te rijden.*

Welke reacties van collega's of leidinggevenden heb je gekregen op jouw deelname aan het programma Strax?

- *Heel veel reacties op de banner. Ik ben vooral zichtbaar geworden in het bedrijf. Dit is ook van groot belang als ik binnen mijn functie op andere afdelingen mijn capaciteiten kan laten zien. Leidinggevenden geeft mij alle vrijheid om elders mijn functie uit te oefenen. Note: de budgetten waar men mee werkt, werkt de flexibiliteit tegen.*
- *Sommige vinden het spannend dat ik er zo eerlijk en open vooruit kom dat ik ook verder kijk dan de omroep. Ze vragen zich af of ik daarmee wellicht mijn eigen glazen ingooi. Maar voor de rest louter positieve reacties en tips van mensen die me verder willen helpen in dit traject. De directeur en HR zijn ook positief over mijn stappen.*
- *Hele positieve. Omdat mijn banner pontificaal bij de hoofdingang van het NPO-gebouw stond, werd ik veel herkend en aangesproken op mijn deelname. Ik heb nieuwsgierigen altijd doorverwezen naar de website, ik hoop dat dat heeft gewerkt.*
- *Uitsluitend positief. Vanuit personeelszaken werd het enorm gestimuleerd en gewaardeerd. Diverse collega's zijn nieuwsgierig geworden en hebben zich georiënteerd op de mogelijkheden van o.a Werkstation.*
- *De hoeveelheid reacties bij Noord viel eigenlijk tegen.
Komt ook deels omdat wij op de afdeling altijd wel druk zijn met ontwikkelen van medewerkers. Binnen de omroep was er ook al een traject geweest met Mediamovers. Iedere medewerkers bij Noord heeft een gesprek gehad over hoe hij/zij de toekomst ziet en hoe men zich voorbereidt op nieuwe ontwikkelingen*
- *Iedereen was positief en benieuwd wat het nou precies in hield.*

Jouw mening:

Hoe vind jij dat de Publieke Omroep verder zou moeten gaan met het stimuleren van medewerkers om te werken aan hun eigen ontwikkeling/inzetbaarheid?

- *De medewerkers niet aan budgetten hangen, zal de inzetbaarheid zeker vergroten. Flexibiliteit van inzetbaarheid zal zeker in de toekomst meer opleveren.*

- *Als Strax door gaat zou het wat mij betreft in ieder geval veel strakker georganiseerd moeten worden en door meer mensen begeleid. En misschien plannen zoals ik ze heb geformuleerd niet honoreren. Daar is andere expertise voor nodig, waarmee ik Fedde en Willem overigens niet te kort wil doen.*
- *Meerdere korte workshops aanbieden – ik zat gisteren bij een vitaliteitstraining die een volledige dag in beslag nam. Dat zal voor veel mensen te lang zijn. De leidinggevenden aanspreken op het stimuleren van de werknemers. Als je iets aangeboden krijgt van je baas, ben je eerder geneigd om mee te doen. Over de inzetbaarheid op andere afdelingen heb ik nog mijn twijfels. Ik zag bij jobroulatie vooral duidelijk omlijnende functies als bureauredacteur langskomen, terwijl er ook veel mensen in staffuncties werken. Misschien een idee om meeloopmiddagen te organiseren, waarin je ziet wat iemand anders voor werk doet. Of een blind date: je koppelt twee mensen met verschillende functies aan elkaar en laat hen bepaalde vragen aan elkaar stellen. Geef het een beetje richting, anders leidt het nergens toe. Het kan tot leuke interacties leiden!*
- *Veel actiever duidelijk maken welke mogelijkheden er zijn als medewerker om je aan te melden voor verschillende projecten/trajecten. Ze zijn er wel, maar vaak niet zichtbaar genoeg. Veelal ben je afhankelijk van een actieve leidinggevende die je ergens op wijst. Als je die niet hebt (of je hebt er meerdere die elkaar afwisselen) word je nog wel eens vergeten. En dan komt het op je eigen actieve houding aan om te ontdekken welke mogelijkheden er zijn en initiatieven te nemen. Verder merk ik dat je vaak door je dagelijkse (drukke) werkzaamheden en bijbehorende deadlines vaak niet de tijd hebt (of neemt, of gegund wordt) om je met dit soort essentiële zaken bezig te houden. Daar zou wat mij betreft wel meer ruimte voor mogen komen.*
- *Iedereen moet het op zijn persoonlijke agenda zetten, het is primair je eigen verantwoordelijkheid. Leidinggevende moeten het in team en individuele gesprekken vast opnemen en ontwikkeling, doorgroei en experimenteren aanmoedigen. Dat moet vooral komen van directe leidinggevende ipv afstandelijke sites en iets als een 'werkstation' dat uiteindelijk weinig mensen ècht wat zegt. Dat binnen de PO nauwelijks nog vaste contracten worden aangeboden, maakt ook dat mensen blijven zitten waar*