



**Panteia**

Research to Progress

Research voor Beleid | EIM | NEA | IOO | Stratus | IPM



## **Verkoopster gezocht (m/v)**

### **Onderzoek naar de aard en omvang van discriminatie in de uitzendbranche**

Eindrapport

Een onderzoek in opdracht van de Nederlandse Bond van  
Bemiddelings- en Uitzendondernemingen (NBBU)

Suzanne Bouma en Lennart de Ruig

Projectnummer: C04128/BA4081

Zoetermeer, 28 maart 2013

De verantwoordelijkheid voor de inhoud berust bij Panteia. Het gebruik van cijfers en/of teksten als toelichting of ondersteuning in artikelen, scripties en boeken is toegestaan mits de bron duidelijk wordt vermeld. Vermenigvuldigen en/of openbaarmaking in welke vorm ook, alsmede opslag in een retrieval system, is uitsluitend toegestaan na schriftelijke toestemming van Panteia. Panteia aanvaardt geen aansprakelijkheid voor drukfouten en/of andere onvolkomenheden.



## Voorwoord

Uit recente onderzoeken is naar voren gekomen dat een meerderheid van uitzendorganisaties een discriminerend verzoek van een opdrachtgever op basis van etniciteit honoreert. Deze uitkomsten hebben voor veel discussie en verontwaardiging gezorgd. Voor de Nederlandse Bond van Bemiddelings- en Uitzendondernemingen (NBBU) was het aanleiding actie te ondernemen. Door middel van voorlichting, advies en monitoring wil de NBBU beter grip krijgen op discriminerende praktijken en deze waar nodig aanpakken.

Aan onderzoeksbureau Panteia is de vraag gesteld een 0-meting uit te voeren naar discriminatie onder de bij NBBU aangesloten uitzendorganisaties. Ten eerste is gekeken naar de aard en omvang van discriminerende verzoeken. Daarbij hebben we ervoor gekozen breder onderzoek te doen: er is niet alleen gekeken naar discriminatie op etniciteit maar ook op andere persoonlijke kenmerken, namelijk geslacht, leeftijd of geloof. Ten tweede is gekeken naar de werkwijze van uitzendorganisaties als zij dergelijke verzoeken ontvangen. Wanneer gaan uitzendbureaus mee in een verzoek naar persoonlijke kenmerken? Tot slot is de ondersteuningsbehoefte van NBBU-leden omtrent gedragsregels bij discriminerende verzoeken in kaart gebracht.

Uit het onderzoek blijkt dat vrijwel ieder uitzendbureau wel eens wordt geconfronteerd met verzoeken naar persoonlijke kenmerken. Dat maakt discriminatie niet alleen een probleem in de uitzendwereld, maar een maatschappelijk probleem waar alle sectoren bewust mee aan de slag moeten. Tegelijkertijd gaat de NBBU binnen de eigen branche aan de slag om discriminatie uit te bannen. Het standpunt van de NBBU is gelijk aan de wet en luidt dat discriminerende verzoeken nooit gehonoreerd mogen worden. Er is echter een grijs gebied, waarin verschillende verschijningsvormen van discriminatie door de ondernemer niet als discriminatie worden beschouwd. Zo wordt voor fysiek zwaar werk bijvoorbeeld een man gevraagd, of zoekt de opdrachtgever een jong persoon voor een junior-functie. De NBBU gaat zich daarom in de voorlichting specifiek richten op de uitleg wanneer in een verzoek sprake is van discriminatie.

Tot slot: dit onderzoek is nadrukkelijk een 0-meting. Het onderzoek bestrijkt een breder gebied dan voorgaande onderzoeken naar discriminatie in de uitzendbranche en daarom zijn de cijfers niet, of slecht, vergelijkbaar met eerdere bevindingen. Over twee jaar wordt dit onderzoek herhaald. Dan kan gekeken worden of het beleid van de NBBU – voorlichting en trainingen - effect heeft gehad en uitzendbureaus sterker staan in hun handelswijze bij een binnenkomend discriminerend verzoek.

*Marco R. Bastian*  
*Directeur NBBU*



# Inhoudsopgave

Samenvatting	7
1 Inleiding	11
1.1 Aanleiding van het onderzoek	11
1.2 Plaats van het onderzoek	11
1.3 0-meting naar aard en omvang discriminatie	16
1.4 Onderzoeksverantwoording	17
1.5 Leeswijzer	19
2 Aard en omvang discriminerende verzoeken	21
2.1 Omvang verzoeken naar persoonlijke kenmerken	21
2.2 Aard van de verzoeken met persoonlijke voorwaarden	25
2.3 Tussentijdse conclusie	27
3 Omgaan met discriminerende verzoeken	29
3.1 Wel of niet instemmen	29
3.2 Wel meegaan in het verzoek	31
3.3 Niet meegaan in het verzoek	35
3.4 Tussentijdse conclusies	37
4 Ondersteuningsbehoefte	39
4.1 Toepassing van het advies	39
4.2 Ondersteuningsbehoefte	42
4.3 Tussentijdse conclusie	43
5 Conclusies en aanbevelingen	45
5.1 Conclusies	45
5.2 Aanbevelingen	47
Bijlage 1 Literatuurlijst	49
Bijlage 2 Vragenlijst	51
Bijlage 3 Achtergrondkenmerken respondenten	61
Bijlage 4 Advies NBBU bij discriminatie	63



## Samenvatting

### Aanleiding voor dit rapport

Uit twee recente onderzoeken van studenten van de Vrije Universiteit is naar voren gekomen dat een meerderheid van de uitzendorganisaties een discriminerend verzoek van een opdrachtgever (in dit geval op basis van etniciteit) inwilligt. Deze uitkomst heeft tot veel discussie en verontwaardiging geleid. Voor de Nederlandse Bond van Bemiddelings- en Uitzendondernemingen (NBBU) was het aanleiding actie te ondernemen. De NBBU wil door middel van monitoring meer zicht krijgen op discriminatoire praktijken en deze waar mogelijk aanpakken. Onderzoeksbureau Panteia heeft opdracht gekregen een zogeheten '0-meting' uit te voeren naar de omvang en aard van discriminatie onder bij de NBBU aangesloten uitzendorganisaties. Dit rapport doet verslag van dit onderzoek.

### Hoe de onderzoeksresultaten zijn te interpreteren

Doel van het onderzoek is een genuanceerd beeld te schetsen van discriminatie in het MKB-segment van de uitzendbranche in het jaar 2012. Daartoe zijn de volgende keuzes gemaakt:

- Een belangrijke bron voor het onderzoek is een vragenlijst die is ingevuld door 152 respondenten van bij de NBBU aangesloten uitzendbureaus. Sociaal wenselijke antwoorden op de vragen zijn zoveel mogelijk voorkomen door in de vragenlijst niet het woord discriminatie te gebruiken, maar te spreken over "opdrachtgevers (...) [die] verzoeken neerleggen waarin ze uitzendkrachten vragen met specifieke persoonlijke kenmerken".
- Het onderzoek brengt de context in beeld waarbinnen mogelijk sprake is van discriminatie. Er is bij uitzendbureaus namelijk veel onduidelijkheid over de grens tussen onderscheid maken op basis van persoonlijke kenmerken die niet ter zake doen in de desbetreffende situatie (discriminatie), en functiegerelateerde kenmerken die wel ter zake doen (geen discriminatie). Daarom komen in het onderzoek niet alleen de eerste mondelinge reacties van uitzendbureaus aan bod, maar ook de daadwerkelijke selectie van uitzendkrachten en de overwegingen van uitzendbureaus daarbij. Hiertoe zijn naast de enquête onder uitzendbureaus ook groepsgesprekken met uitzendbureaus gehouden.
- Het onderzoek probeert een breed beeld te geven van discriminatie. Zowel discriminatie op grond van etniciteit als op leeftijd, geslacht, en geloof en andere kenmerken komt aan bod.

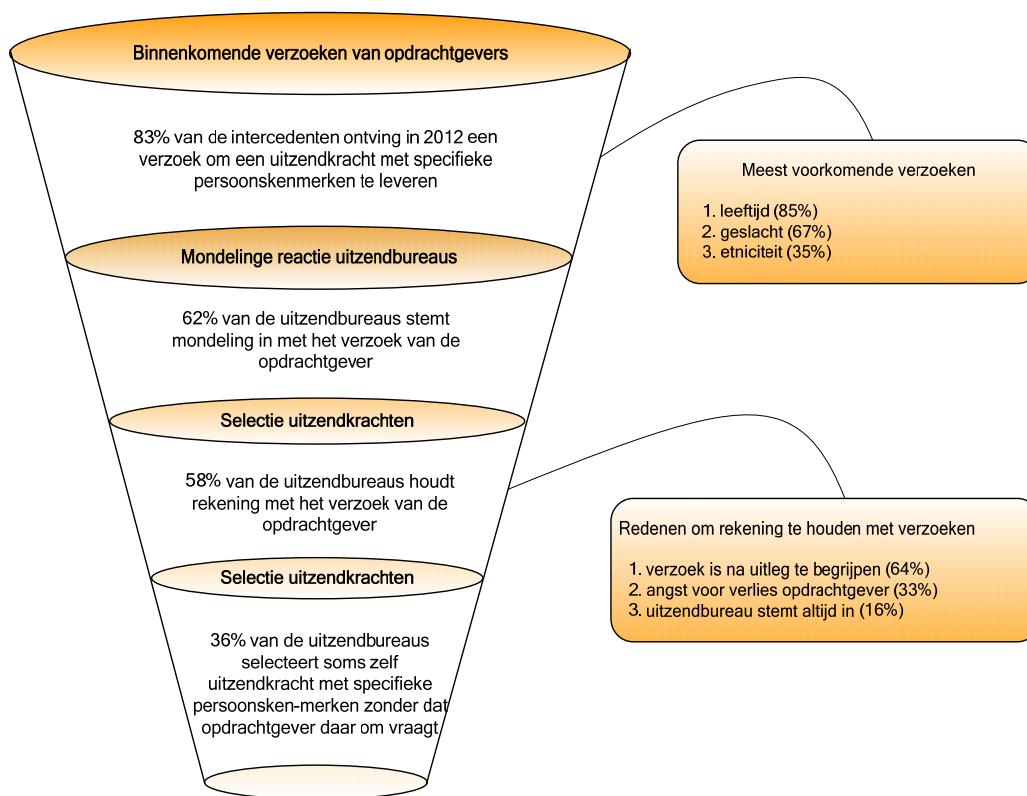
De onderzoeksresultaten geven een indicatie van het vóórkomen van discriminatie onder de bij de NBBU aangesloten uitzendorganisaties. Zeer stellige uitspraken over de omvang van discriminatie zijn niet mogelijk op grond van sociaalwetenschappelijk onderzoek. Enkel een grondige (juridische) analyse van individuele, mogelijk discriminatoire gevallen kan uitwijzen of het onderscheid dat gemaakt wordt in de desbetreffende situatie daadwerkelijk onrechtmatig is.

### Binnenkomende verzoeken van opdrachtgevers

Bijna alle respondenten die in hun werkzaamheden klantcontact hebben, ontvingen in 2012 van opdrachtgevers verzoeken om uitzendkrachten met specifieke persoonlijke kenmerken te leveren (83%). Volgens uitzendbureaus zijn er nauwelijks verschillen tussen regio's, sectoren of vaste versus nieuwe opdrachtgevers. Discriminatie is dus een breed maatschappelijk fenomeen.

Wanneer opdrachtgevers naar uitzendkrachten met specifieke persoonlijke kenmerken vragen, gaat het vooral om uitzendkrachten van een bepaalde leeftijd (85%), een bepaald geslacht (67%) of een bepaalde etniciteit (35%). De belangrijkste reden is dat opdrachtgevers denken dat uitzendkrachten met de gevraagde kenmerken het werk beter kunnen uitvoeren. Voor fysiek zwaar werk wordt bijvoorbeeld een man gevraagd. Voor een functie als hostess vragen opdrachtgevers een 'representatieve dame'. En voor een functie binnen een ploeg vrouwelijke Poolstalige werknemers vragen opdrachtgevers om een Poolse dame, omdat niet-Poolstalige uitzendkrachten vertelden dat ze het geen prettige werkomgeving vonden.

**Figuur 0.1** Onderzoeksresultaten in beeld



Bron: Panteia, 2013

### Reactie van uitzendbureaus

Bijna alle uitzendbureaus die in 2012 een verzoek ontvingen om uitzendkrachten met specifieke persoonlijke kenmerken te leveren, gaan hierover eerst in gesprek met de opdrachtgever (86%). Dit wordt vaak gecombineerd met een persoonlijke afspraak bij de opdrachtgever. Mondeling zegt meer dan de helft van de uitzendbureaus tegen de opdrachtgever dat ze rekening met het verzoek zullen houden (62%). Vervolgens houdt ook meer dan de helft van de uitzendbureaus bij de feitelijke selectie van kandidaten rekening met het verzoek (58%).



Een veelgenoemd argument om met het verzoek van de opdrachtgever mee te gaan, is dat respondenten de vraag van de opdrachtgever begrijpen (64%). Respondenten zien daarbij een grijs gebied, waarin verschillende verschijningsvormen van discriminatie niet als discriminatie worden beschouwd. Respondenten ervaren ondermeer een grijs gebied tussen discriminatie en de wens van opdrachtgevers om meer diversiteit op de werkvloer te krijgen (diversiteitsmanagement).

Ook economische argumenten spelen een rol om – in ieder geval in de eerste mondelinge reactie – rekening te houden met verzoeken van opdrachtgevers. Sommige uitzendbureaus zijn bang een opdrachtgever te verliezen (33%) of gaan in eerste instantie altijd mee met het verzoek (16%). Veelzeggend is de volgende uitspraak van een respondent: “In deze moeilijke markt kan ik mij niet veroorloven om direct tegen de haren van de opdrachtgever in te strijken. Bij het eerste gesprek geef ik daarom aan dat ik rekening met het verzoek zal houden. Wel stel ik kandidaten voor die niet aan zijn eisen voldoen, met een goede onderbouwing”.

Iets minder dan de helft van de respondenten gaat niet mee in het verzoek van een opdrachtgever om kandidaten met specifieke persoonlijke kenmerken te leveren (42%). De redenen zijn veelal ideologisch van aard. Door in gesprek te gaan met de opdrachtgever proberen ze de opdrachtgever te overtuigen van een andere, correcte werkwijze. De economische crisis, en daarmee de snelheid waarmee uitzendorganisaties in concurrentie moeten reageren op een binnenkomend verzoek, zorgen er echter voor dat de tijd soms onvoldoende is om dit gesprek aan te gaan.

#### **Ondersteuningsbehoefte van uitzendbureaus**

Het standpunt van de NBBU is gelijk aan de wet en stelt dat discriminerende verzoeken nooit gehonoreerd mogen worden. De NBBU heeft een advies opgesteld hoe om te gaan met discriminerende verzoeken. Bijna alle respondenten geven aan het advies (on)bewust toe te passen (95%). Wel is er behoefte aan duidelijkheid over de verschillende verschijningsvormen van discriminatie en de wijze waarop zij daarmee om moeten gaan. Het ‘grijze gebied’ moet, met andere woorden, helder worden. In welke gevallen is onderscheid maken tussen mensen op basis van kenmerken rechtmatig en in welke gevallen niet? Het antwoord op dit soort vragen zien de respondenten graag op papier terug, zodat ze het ook kunnen doorsturen naar opdrachtgevers. Daarnaast is er behoefte aan een standaardvragenlijst om de exacte vraag van de opdrachtgever goed in beeld te krijgen en de opdrachtgever te overtuigen van de correcte werkwijze.



# 1 Inleiding

## 1.1 Aanleiding van het onderzoek

Uit twee recente onderzoeken van studenten van de Vrije Universiteit is naar voren gekomen dat een meerderheid van de uitzendorganisaties een discriminerend verzoek van een opdrachtgever (in dit geval op basis van etniciteit) inwilligt.<sup>1</sup> Deze uitkomst heeft tot veel discussie en verontwaardiging geleid. Ook de Nederlandse Bond van Bemiddelings- en Uitzendondernemingen (NBBU) is geschrokken van de resultaten van het onderzoek. De NBBU wil daarom door middel van monitoring meer zicht krijgen op discriminatoire praktijken en deze waar mogelijk aanpakken. Onderzoeksbureau Panteia heeft opdracht gekregen een zogeheten '0-meting' uit te voeren naar de omvang en aard van discriminatie onder bij de NBBU aangesloten uitzendorganisaties. Dit rapport doet verslag van dit onderzoek.

## 1.2 Plaats van het onderzoek

Discriminatie is een veelomvattend fenomeen en kent verschillende verschijningsvormen. Voordat we ingaan op de relatie tussen discriminatie enerzijds en de uitzendbranche anderzijds, dienen we vast te stellen wat wordt verstaan onder de term discriminatie. Vervolgens bespreken we de vormen van en momenten waarop discriminatie in de uitzendbranche kán voorkomen. Om, tot slot, bevindingen van recent onderzoek naar discriminatie in de uitzendbranche kort te belichten en hiaten in kennis aan te wijzen en de plaats van het onderzoek te duiden.

### 1.2.1 Discriminatie en de uitzendbranche

#### Definitie discriminatie

Discriminatie betekent letterlijk '*het maken van onderscheid*'. De betekenis van het woord discriminatie is in maatschappelijk en juridisch opzicht van deze letterlijke betekenis gaan afwijken: 'het *onrechtmatig* onderscheid maken tussen mensen of groepen'.<sup>2</sup> Daarbij is het van belang om de context te bepalen en na te gaan of het onderscheid dat gemaakt wordt *in desbetreffende situatie* onrechtmatig is.<sup>3</sup> Tot slot betreft discriminatie het *handelen* en niet de gedachten of opvattingen over bepaalde groepen.<sup>4</sup> Concluderend hanteren we de volgende definitie:

---

<sup>1</sup> E. Loeters (2011), *De klant is koning. Een onderzoek naar het honoreren van discriminerende verzoeken van werkgevers door intercedenten van uitzendbureaus in Nederland* en A. Backer (2011), *Uitzendbureaus, gekleurde doorgeefluiken?*

<sup>2</sup> Zie ook: <http://www.amnesty.nl/mensenrechten/encyclopedie/discriminatie>

<sup>3</sup> Zie ook: <http://www.encie.nl/definitie/Discriminatie>

<sup>4</sup> Zie ook: W. Dinsbach en S. van Bon (2012), *Gegevens en informatie over discriminatie: Onderzoeksmethodes en beschikbare bronnen in Nederland*. Art.1, kenniscentrum discriminatie Nederland.

## Discriminatie

Het ongelijk behandelen van (groepen) mensen op basis van kenmerken die in de desbetreffende situatie niet ter zake doen.<sup>1</sup>

Discriminatie is in Nederland volgens de wet verboden, wat is vastgelegd in artikel 1 van de Nederlandse grondwet. De wetgeving verbiedt discriminatie op grond van de volgende kenmerken: godsdienst, levensovertuiging, politieke overtuiging, ras, geslacht, nationaliteit, seksuele voorkeur, burgerlijke staat, handicap of chronische ziekte, leeftijd, arbeidsduur (fulltime en parttime werk) en soort contract (vast of tijdelijk).<sup>2</sup>

### Verschijningsvormen van discriminatie

Discriminatie speelt zich af in de interactie tussen mensen. Hierdoor wordt het een ongrijpbaar fenomeen. Zo kan iemand het gevoel hebben dat hij op basis van persoonskenmerken wordt buitengesloten, maar er feitelijk geen sprake is van discriminatie. Andersom geldt dat er ook situaties zijn waarbij er sprake is van discriminatie, maar de betrokkene het niet als zodanig ervaart. Met andere woorden gaat het, naast feitelijke gebeurtenissen, om interpretaties van de gebeurtenissen. Daarbovenop is er niet in alle gevallen sprake van doelbewust handelen. In onderstaande tekstbox zijn de verschijningsvormen van discriminatie op de arbeidsmarkt, en specifiek de uitzendbranche, toegelicht:

#### *Actieve versus passieve discriminatie*

Bij actieve discriminatie neemt men zelf het initiatief om te discrimineren. Bij de passieve vorm stemt iemand met een discriminerende situatie in. Beide vormen komen voor in de uitzendbranche.<sup>3</sup> Zodra een intercedent van een opdrachtgever een discriminerend verzoek honoreert, is er sprake van passieve discriminatie.

#### *Directe discriminatie versus indirecte discriminatie*

Directe discriminatie is een vorm van expliciete discriminatie. Wanneer een persoon niet wordt aangenomen vanwege zijn afkomst is er sprake van directe discriminatie. Van indirecte discriminatie is sprake wanneer een werkgever criteria hanteert die niet relevant zijn voor de baan in kwestie maar die wel in het nadeel werken van een bepaalde groep. Een voorbeeld hiervan is de eis om vloeiend Nederlands te spreken in een functie waar dit niet belangrijk is.<sup>4</sup>

#### *Institutionele discriminatie*

Institutionele discriminatie bestaat uit regels of procedures die discriminerend uitpakken, die deel uitmaken van het formele personeelsbeleid en die standaard worden toegepast. Bijvoorbeeld het stelselmatig gebruik van bepaalde wervingskanalen die allochtonen bij voorbaat minder kansrijk maken. Een ander voorbeeld is het gebruik van psychologische tests die niet cultuurvrij zijn.<sup>5</sup>

#### *Statistische discriminatie*

Bewust of onbewust kunnen beelden of emoties (stereotypering) die men bij de groep heeft waartoe de kandidaat gerekend wordt het selectiegedrag beïnvloeden. De kandidaat wordt door de werkgever be-

<sup>1</sup> Zie ook: W. Dinsbach en S. van Bon (2012), *Gegevens en informatie over discriminatie: Onderzoeksmethodes en beschikbare bronnen in Nederland*. Art.1, kenniscentrum discriminatie Nederland.

<sup>2</sup> Zie ook: <http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/discriminatie/verbod-op-discriminatie>

<sup>3</sup> Den Uyl, Choenni en Bovenkerk (1986), *Mag het ook een buitenlander wezen?*.

<sup>4</sup> Nieuwenhuizen (2007), *Discriminatie etnische minderheden op de arbeidsmarkt*.

<sup>5</sup> Ibidem.

oordeeld op grond van de kenmerken die de werkgever toeschrijft aan de groep waar de kandidaat toe behoort. Dit gebeurt in elk sollicitatiegesprek maar pakt niet positief uit wanneer de kandidaat tot een groep behoort waarover een negatieve beeldvorming heerst.<sup>1</sup> Een voorbeeld is de stereotypering dat mannen sterker zijn dan vrouwen en vrouwen daardoor uitgesloten worden voor fysiek zware arbeid.

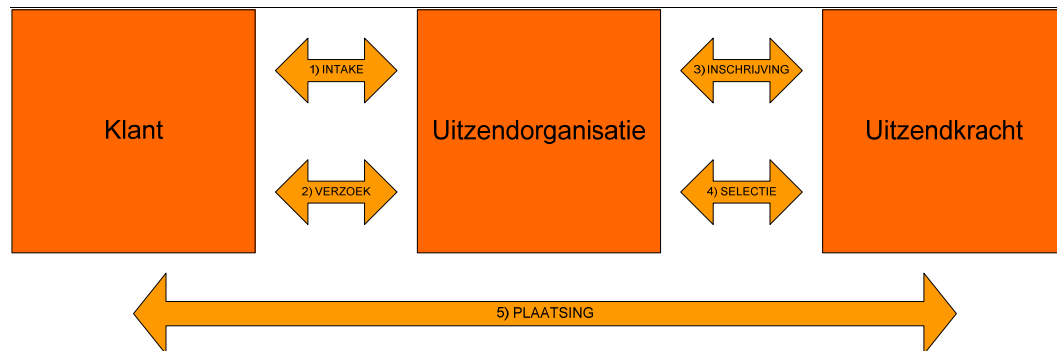
#### *Customer discrimination*

Een vorm van actief discrimineren is 'customer discrimination': Het discrimineren van mensen uit een bepaalde groep omdat het aannemen van personeel uit die groep hem of haar klanten gaat kosten.<sup>2</sup> De dader denkt voor de klant en handelt er bij voorbaat naar. Als voorbeeld een intercedent die weet dat een opdrachtgever een voorkeur heeft voor vrouwen en hier in zijn selectie van potentiële uitzendkrachten rekening mee houdt, zonder dat deze opdrachtgever er expliciet naar vraagt.

### Momenten van discriminatie

Zoals hierboven beschreven speelt discriminatie zich af in de interactie tussen mensen. Omdat de kern van het uitzendwezen ligt in het matchen van mensen zijn er verschillende momenten aan te wijzen waarop discriminatie in de uitzendbranche voor kán komen. Figuur 2.1 laat schematisch de werkwijze van uitzendorganisaties zien.

**Figuur 2.1** Werkwijze uitzendorganisaties en contactmomenten



Bron: Panteia, 2013

De werkwijze van uitzendorganisatie kent verschillende fasen: 1) intake van nieuwe opdrachtgevers, 2) ontvangen van verzoek, 3) inschrijving van nieuwe uitzendkrachten, 4) selectie van potentiële kandidaten en 5) plaatsing van kandidaat op vacature. Discriminatie kan in theorie in al deze fasen voorkomen. Zo kunnen uitzendorganisaties bij de inschrijving van uitzendkrachten, bewust of onbewust, rekening houden met bepaalde persoonskenmerken (actieve discriminatie). Ook kan een intercedent een discriminerend verzoek van een (nieuwe) opdrachtgever honoreren (passieve discriminatie). Tot slot is het mogelijk dat de intercedent, zonder dat de opdrachtgever erom vraagt, uitzendkrachten selecteert op persoonlijke kenmerken die niet relevant zijn voor de vacature (bv. customer discrimination). Bij het moment van plaatsing is het de opdrachtgever, en niet de uitzendor-

<sup>1</sup> E. Nievers en I. Andriessen (SCP, 2010), *Discriminatiemonitor niet-westerse migranten op de arbeidsmarkt*. Sociaal en Cultureel Planbureau.

<sup>2</sup> I. Andriessen, E. Nievers, L. Faulk, en J. Dagevos (SCP, 2010), *Liever Mark dan Mohammed? Onderzoek naar arbeidsmarktdiscriminatie van niet-westerse migranten via praktijktests*.

ganisatie, die de uiteindelijke beslissing neemt en discriminerend kan handelen door kandidaten met bepaalde persoonskenmerken niet te selecteren.

### 1.2.2 Onderzoek naar discriminatie in de uitzendbranche

In deze alinea zullen we de bevindingen van onderzoek naar discriminatie in de uitzendbranche bespreken en tevens laten zien welke kennishiaten er zijn en door ons onderzoek aangevuld kunnen worden.

#### Onderzoek naar passieve discriminatie

De aanleiding van de rapportage die nu voor u ligt, zijn de onderzoeken van Backer en Loeters. Beide bouwen voort op een bekend onderzoek uit 1986 van Den Uyl e.a., waarin passieve discriminatie op basis van etniciteit in de uitzendbranche werd onderzocht. Uit de resultaten van dit onderzoek bleek dat alle 20 uitzendorganisaties die onderworpen werden aan telefonische praktijktest de discriminerende verzoeken van de werkgevers honoreerden.<sup>1</sup> Als reactie op deze bevinding heeft de ABU een gedragscode ontwikkeld en de NBBU in zijn CAO opgenomen discriminatie te verbieden. Om het effect van deze acties in kaart te brengen, is het onderzoek naar passieve discriminatie op basis van etniciteit een paar jaar later herhaald. Dit onderzoek liet een kleine daling in het percentage uitzendorganisaties zien dat discriminerende verzoeken honoreerde (91%).<sup>2</sup>

Backer en Loeters hebben in hun onderzoek de methodiek van Den Uyl e.a. overgenomen door 187 uitzendorganisaties telefonisch te benaderen met de vraag of zij personeel konden leveren dat niet tot een bepaalde migrantengroep behoorde. Wederom is er een daling te zien in het honoreren van discriminerende verzoeken (76,8%). Backer concludeerde dat er geen significante verschillen zijn op basis van uitgevraagde etniciteit.<sup>3</sup> Loeters ontdekte dat het aangesloten zijn bij een brancheorganisatie en de grootte van het uitzendconcern wel effect hebben op het honoreren van discriminerende verzoeken. De bij de ABU aangesloten uitzendorganisaties honoreerden minder discriminerende verzoeken (63,2%) dan organisaties die bij de NBBU (82,5%) of nergens aangesloten waren (84,2%). Daarnaast gold dat hoe meer vestigingen een uitzendorganisatie telde, hoe minder vaak discriminerende verzoeken werden gehonoreerd.<sup>4</sup>

Hoewel er in de loop der jaren een daling te zien is in het percentage uitzendorganisaties dat discriminerende verzoeken honoreert, zijn de brancheorganisaties ABU en NBBU geschrokken van de resultaten van de onderzoeken van Backer en Loeters. Beide organisaties hebben daarom besloten maatregelen te treffen en hun leden meer bewust te maken van het onderwerp discriminatie, gelijke behandeling en gedragsregels. De ABU heeft recent het effect van deze maatregelen gemeten door een gelijksoortig onderzoek met telefonische

<sup>1</sup> Den Uyl, Choenni en Bovenkerk (1986), *Mag het ook een buitenlander wezen?*

<sup>2</sup> Meloen (1991), *Makkelijker gezegd. Een onderzoek naar de werking van een gedragscode voor uitzendbureaus ter voorkoming van discriminatie.*

<sup>3</sup> A. Backer (2011), *Uitzendbureaus, gekleurde doorgeefluiken?*

<sup>4</sup> E. Loeters (2011), *De klant is koning. Een onderzoek naar het honoreren van discriminerende verzoeken van werkgevers door intercedenten van uitzendbureaus in Nederland.*

praktijktests uit te laten voeren. Wederom is er een daling te zien: 42,9% van de benaderde uitzendorganisaties was bereid mee te werken met deze discriminerende verzoeken.<sup>1</sup>

### Onderzoek naar actieve discriminatie

Naast onderzoek naar passieve discriminatie in de uitzendbranche, heeft het Sociaal Cultureel Planbureau (SCP) recentelijk onderzoek verricht naar de aanwezigheid van actieve discriminatie bij het moment van intake van uitzendkrachten. In *'Op achterstand'* rapporteerden de onderzoekers de onderzoeksresultaten van twee praktijktests.<sup>2</sup> Uit de online tests, waarbij er 263 keer gesolliciteerd werd op 68 vacatures door kandidaten met verschillende etnische achtergronden, kwam naar voren dat uitzendorganisaties geen verschil maakten naar de kenmerken geslacht en etnische achtergrond. Bij de zogenaamde in-person tests gingen acteurs met verschillende etnische achtergronden, maar vergelijkbaar CV, persoonlijk bij totaal 523 uitzendorganisaties langs om werk te vragen. De resultaten van de in-person tests wijzen op het voorkomen van actieve discriminatie: de autochtone Nederlanders werden gemiddeld 1,6 keer zo vaak ingeschreven als niet-westerse migranten met vergelijkbare kenmerken. Het SCP geeft twee mogelijke verklaringen voor het verschil in uitkomst van de twee praktijktests. Ten eerste is het contact bij de in-person tests langer en persoonlijker, waardoor ook sociaal-normatieve vaardigheden van de kandidaten beter in beeld kwamen. Ten tweede viel de etnische achtergrond van de sollicitant bij de in-person tests meer op dan bij de online tests.

### Kennishiaten

Om de hiaten in onderzoek naar discriminatie in de uitzendbranche aan te wijzen, is het goed om nogmaals de werkwijze van uitzendorganisaties te bekijken. Figuur 2.1 liet vier momenten zien waarop uitzendorganisaties in theorie discriminerend kunnen handelen: intake van nieuwe opdrachtgevers (1) en vacatures (2), inschrijving van nieuwe uitzendkrachten (3) en selectie van potentiële kandidaten (4). Het onderzoek van SCP focust zich op het derde moment: actieve discriminatie bij de inschrijving van nieuwe uitzendkrachten. De onderzoeken van Backer en Loeters concentreren zich op de eerste twee momenten en de passieve vorm van discriminatie: het al dan niet honoreren van discriminerende verzoeken. Of de intercedent vervolgens in de selectie van potentiële kandidaten daadwerkelijk rekening houdt met het verzoek is niet belicht. Het eerste kennishiaat is daarom het moment van de selectie van potentiële kandidaten. Neemt de uitzendorganisatie het discriminerende verzoek inderdaad mee in de beslissing welke uitzendkrachten aan de opdrachtgever worden voorgedragen? Of probeert de intercedent op een later moment toch ook kandidaten te plaatsen die niet voldoen aan het verzoek van de opdrachtgever? En in hoeverre komt een actieve vorm van discriminatie (zoals bijvoorbeeld 'customer discrimination') bij de selectie van kandidaten voor?

Een tweede kennishiaat is dat verklaringen van (actieve en passieve) discriminatie in de uitzendbranche ontbreken. De hierboven vermelde onderzoeken hanteerden de methodiek van praktijktests. Praktijktests stellen op een relatief zuivere wijze vast of discriminatie

<sup>1</sup> Möbius (2013), *'Mystery Calling'*.

<sup>2</sup> I. Andriessen, E. Nievers en J. Dagevos (SCP, 2012), *Op achterstand. Discriminatie van niet-westerse migranten op de arbeidsmarkt*.

plaatsvindt, maar geven geen verklaring.<sup>1</sup> Om de geconstateerde discriminatie te verklaren is bijvoorbeeld kwalitatief onderzoek nodig in de vorm van diepte-interviews en/of groeps-gesprekken met medewerkers van uitzendorganisaties. Daarbovenop creëert een praktijk-test een fictieve situatie en is de daadwerkelijke omvang van discriminerende verzoeken van (potentiële) opdrachtgevers niet bekend. Hoe vaak komt het überhaupt voor dat nieuwe opdrachtgevers telefonisch een verzoek neerleggen? En hoe vaak betreft het een discriminerend verzoek?

Tot slot zijn de drie genoemde onderzoeken gericht op discriminatie op grond van etniciteit. Discriminatie naar andere persoonlijke kenmerken, zoals leeftijd, geslacht en geloof, zijn niet in beeld gebracht.

### 1.3 0-meting naar aard en omvang discriminatie

Het rapport dat voor u ligt beschrijft de bevindingen van het onderzoek naar de aard en omvang van discriminatie onder de bij NBBU aangesloten uitzendorganisaties. In het onderzoek is getracht de kennishiaten over discriminatie in de uitzendbranche te vullen door enerzijds te kijken naar de aard en omvang van discriminerende verzoeken en anderzijds naar de werkwijze van uitzendorganisaties bij het ontvangen van dergelijke verzoeken. Daarbij gaat het om discriminatie op verschillende persoonlijke kenmerken (zoals geslacht, leeftijd, etniciteit en geloof) en is er ook gekeken naar de redenen om het verzoek te honoreren.

#### 1.3.1 Doelstelling en onderzoeksvragen

##### Doelstelling

Het onderstaande kader bevat de doelstellingen van het onderzoek.

Doelstellingen evaluatie
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Inzicht bieden in de aard en omvang van discriminerende praktijken.</li><li>▪ Inzicht bieden in de werkwijze van uitzendorganisaties bij discriminerende verzoeken.</li><li>▪ Inzicht bieden in de ondersteuningsbehoefte bij uitzendorganisaties bij discriminerende verzoeken.</li></ul>

Er zijn drie doelstellingen geformuleerd. De vraag naar de aard en omvang van discriminerende verzoeken, fungeert als 0-meting. De tweede, verdiepende vraag betreft de wijze waarop uitzendorganisaties met deze discriminerende verzoeken omgaan en welke redenen ze daarvoor aandragen. Tot slot wil de NBBU inzicht in de ondersteuningsbehoefte die uitzendorganisaties hebben omtrent gedragsregels bij discriminerende verzoeken.

<sup>1</sup> Zie ook: W. Dinsbach en S. van Bon (2012), *Gegevens en informatie over discriminatie: Onderzoeksmethodes en beschikbare bronnen in Nederland*. Art.1, kenniscentrum discriminatie Nederland.



### Onderzoeksvragen

Om de omvang van discriminatie door uitzendorganisaties te onderzoeken is het, gezien het bovenstaande, onvoldoende om alleen te onderzoeken hoe uitzendorganisaties op een discriminerend verzoek reageren. De specifieke situatie van uitzendorganisaties, de relatie met opdrachtgevers en de hoeveelheid aan discriminerende verzoeken die uitzendorganisaties ontvangen, zijn hierbij ook van groot belang. Hieruit vloeien de volgende onderzoeksvragen:

#### A. Relatie met de opdrachtgever

- 1 Op welke manier komen MKB-uitzendorganisaties aan nieuwe opdrachtgevers? Zoekt de uitzendondernemer altijd het persoonlijk contact?
- 2 Hoe bouwen uitzendorganisaties een duurzame relatie op met hun opdrachtgevers?
- 3 Hoe afhankelijk zijn MKB-uitzendorganisaties van een of meer opdrachtgevers?
- 4 Hoe vaak komt het voor dat een onbekende inlener de MKB-uitzendorganisaties 'koud' benadert?

#### B. Werkwijze MKB-uitzendorganisaties

- 5 Op welke manier wordt de intake afgehandeld? Is er een verschil tussen de manier waarop een bestaande opdrachtgever een verzoek indient en de manier waarop een nieuwe opdrachtgever dat doet?
- 6 Hoe verloopt de werving van kandidaten? Welke overwegingen spelen een rol in het selecteren van kandidaten voor een specifieke opdracht?
- 7 Wat doen uitzendorganisaties als zij geen geschikte kandidaten kunnen vinden? Hoe proberen zij alsnog de beste match tussen inlener en uitzendkracht te vinden?
- 8 Op welke momenten kan een uitzendorganisatie feitelijk discrimineren?

#### C. Discriminerende verzoeken

- 9 Hoe vaak worden uitzendorganisaties met verzoeken van inleners geconfronteerd die betrekking hebben op specifieke persoonlijke kenmerken?
- 10 Op welke manier wordt een discriminerend verzoek bij een uitzendorganisatie neergelegd? Impliciet of expliciet? Als belangrijke voorwaarde of als kanttekening?
- 11 Hoe gaan uitzendorganisaties om met een dergelijk verzoek in het hele uitzendproces? Hoe reageren zij direct op het verzoek? Hoe gaan zij om met het verzoek in het vervolg, bij selectie en plaatsing van kandidaten?
- 12 Welke overwegingen spelen hierbij een rol?
- 13 Nemen uitzendorganisaties persoonskenmerken ook vanuit zichzelf, dus zonder tussenkomst van de inlener, mee in de matching van kandidaat en inlener? Op welke manier en om welke redenen?
- 14 Wat betekent dit voor de omvang van discriminatie door uitzendorganisaties?

## 1.4 Onderzoeksverantwoording

Het onderzoek vond plaats tussen oktober 2012 en februari 2013. Om aan alle drie doelstellingen te voldoen, is er een combinatie van kwantitatieve en kwalitatieve onderzoeksmethoden toegepast. Op de volgende pagina zijn de toegepaste onderzoeksmethodes toegelicht.

### 1.4.1 Deskresearch

In oktober 2012 heeft er deskresearch plaatsgevonden naar de onderwerpen discriminatie en de uitzendbranche. Daarbij is onder andere gebruik gemaakt van de database Flex Work Research Centre. In bijlage 1 is een literatuurlijst opgenomen.

### 1.4.2 Interviews en groepsgesprekken

#### Vorbereidende interviews

In oktober 2012 zijn twee telefonische interviews afgenomen met twee directeuren van uitzendorganisaties. Zij zijn beiden tevens lid van de begeleidingscommissie van dit onderzoek. Door middel van deze interviews hebben we factoren en overwegingen in kaart kunnen brengen die van invloed zijn op het gedrag van werknemers in uitzendorganisaties. Deze informatie is gebruikt om een goede vragenlijst voor de internetenquête op te stellen.

#### Diepte-interviews en groepsgesprekken

Om de resultaten van de internetenquête te verifiëren en in context te plaatsen, vonden er in januari en februari 2013 twee telefonische interviews en twee groepsgesprekken plaats.

De telefonische interviews zijn afgenomen met Iris Andriessen en Els Sol. Iris Andriessen houdt zich bij het Sociaal Cultureel Planbureau (SCP) bezig met het onderzoeksthema discriminatie en is auteur van het hoofdstuk over discriminatie door uitzendorganisaties in de recente publicatie 'Op achterstand'.<sup>1</sup> Els Sol is universitair hoofddocent aan het Amsterdams Instituut voor ArbeidsStudies (AIAS) waar ze zich onder andere richt op uitzendarbeid en andere vormen van flexibele arbeid. Ze is tevens coördinator van de database Flex Work Research Centre.

In de enquête is aan de respondenten gevraagd of ze bereid zijn deel te nemen aan een groepsgesprek om hun antwoorden toe te lichten. De twee groepsgesprekken vonden op 5 en 7 februari 2013 bij Panteia in Zoetermeer plaats. Op beide dagen waren vier NBBU-leden aanwezig. De gesprekken hebben een diepergaand beeld opgeleverd over de achtergronden en aard van discriminatie in de uitzendbranche.

### 1.4.3 Internetenquête

#### Doorlooptijd

In november en december 2012 is de enquête onder alle NBBU-leden uitgezet.

#### Opzet vragenlijst

Het is van belang de omvang van discriminatie zo hard mogelijk te meten. Omdat discriminatie in de categorie "ongewenst gedrag" of zelfs "onwettelijk gedrag" valt, zijn mensen geneigd om sociaal wenselijke antwoorden te geven wanneer zij over onwenselijk gedrag ondervraagd worden. Dat kan tot vertekeningen leiden. Om die reden is het woord "discriminatie" niet gebruikt in de vragenlijst.

<sup>1</sup> I. Andriessen, E. Nievers en J. Dagevos (SCP, 2012), *Op achterstand. Discriminatie van niet-westerse migranten op de arbeidsmarkt*.

minatie" in de vragenlijst vermeden. Door te vragen naar het al dan niet ontvangen van "verzoeken om uitzendkrachten te leveren met specifieke persoonlijke kenmerken (zoals leeftijd, geslacht, etniciteit, etc.)" werd het risico van sociaal wenselijke antwoorden verminderd. De respondent kon vervolgens een toelichting geven op zijn antwoord en een indicatie geven of het gevraagde persoonlijke kenmerk al dan niet relevant was voor de functie.

Daarnaast bevatte de vragenlijst een aantal toetsing- en betrouwbaarheidsvragen door een aantal zaken indirect uit te vragen. Hierbij werd in de enquête niet alleen gevraagd naar het gedrag van de respondent zelf, maar ook naar het gedrag van collega's en concurrenten. Het idee is dat respondenten openhartiger vertellen over het (ongewenste) gedrag van anderen dan over hun eigen gedrag. Indien er grote verschillen zijn tussen het zelfgerapporteerde gedrag en de schatting van het gedrag van anderen, kan dat op sociaal wenselijke antwoorden wijzen. Zoals uit de volgende hoofdstukken blijkt, zijn deze verschillen echter betrekkelijk klein en zijn er dus weinig indicaties op een sterke sociaal wenselijke vertekening van de onderzoeksresultaten.

In bijlage 2 is de vragenlijst opgenomen.

### **Steekproef**

De populatie van dit onderzoek bestond uit medewerkers van NBBU-leden die contact hebben met opdrachtgevers. Aan alle 854 managers van bij de NBBU aangesloten uitzendorganisaties is gevraagd de internetenquête te verspreiden binnen hun organisaties.<sup>1</sup>

Na herhaaldelijke herinneringen, heeft dit geresulteerd in een respons van 152 respondenten. Bijlage 3 laat de spreiding zien in grootte van de uitzendorganisaties en de regio en sector waarin de uitzendorganisaties werkzaam zijn.

## **1.5 Leeswijzer**

In de indeling van het rapport is rekening gehouden met de driedeling in de geformuleerde doelstellingen. Het volgende hoofdstuk bespreekt de aard en omvang van discriminerende verzoeken in de uitzendbranche. Hoofdstuk 3 gaat vervolgens in op de werkwijze van uitzendorganisaties bij het ontvangen van deze verzoeken. Hoofdstuk 4 maakt de ondersteuningsbehoefte inzichtelijk.

Elk hoofdstuk sluit af met tussenconclusies. In hoofdstuk 5 zijn deze conclusies met elkaar verbonden.

---

<sup>1</sup> Contactgegevens/e-mailadressen ontvangen van NBBU.



## 2 Aard en omvang discriminerende verzoeken

De eerste doelstelling van het onderzoek is inzicht geven in de aard en omvang van discriminerende verzoeken. Daarvoor is het noodzakelijk om te weten hoe vaak werknemers van uitzendorganisaties verzoeken ontvangen waarin naar uitzendkrachten met specifieke persoonlijke kenmerken wordt gevraagd die niet ter zake doen. Of een persoonlijk kenmerk niet ter zake doet, is interpretatieafhankelijk. Om die reden hebben we aan werknemers van uitzendorganisaties allereerst *sec* gevraagd naar de aard en omvang van verzoeken naar persoonlijke kenmerken, om hun vervolgens een toelichting te vragen van het laatst ontvangen verzoek.

Paragraaf 2.1 beschrijft de omvang van verzoeken om uitzendkrachten te leveren met specifieke persoonlijke kenmerken en de vraag of bepaalde factoren, zoals de sector, regio en de relatie met de opdrachtgever, samenhang vertonen met de omvang. Paragraaf 2.2 gaat vervolgens in op de aard van de verzoeken. Naar welke persoonlijke kenmerken is gevraagd en wat zijn de redenen die opdrachtgevers geven voor het neerleggen van deze verzoeken? Per paragraaf presenteren we allereerst de overkoepelende bevindingen, die we vervolgens toelichten. Het hoofdstuk sluit af met een tussentijdse conclusie.

### 2.1 Omvang verzoeken naar persoonlijke kenmerken

#### Overkoepelende bevindingen

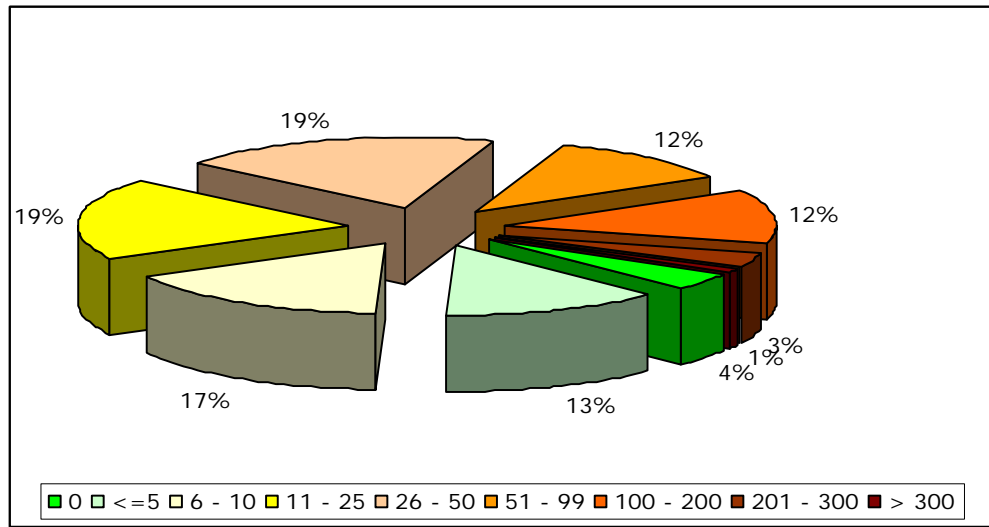
- In 2012 heeft 83% van de geënquêteerde werknemers die in 2012 contact had met opdrachtgevers een verzoek ontvangen om uitzendkrachten te leveren met specifieke persoonlijke kenmerken.
- Gemiddeld bevat 24% van alle verzoeken die uitzendorganisaties ontvangen (ook) persoonlijke voorwaarden.
- 38% van de respondenten is van mening dat verzoeken om uitzendkrachten te leveren met specifieke persoonlijke kenmerken in bepaalde sectoren vaker voorkomt. De sectoren Bouw en Metaal & Techniek, Agrarisch, Vervoer en Industrie zijn relatief vaak genoemd. De regio lijkt niet van belang bij de omvang van dit soort verzoeken.
- Ook de relatie met de opdrachtgever lijkt weinig invloed te hebben op de omvang van verzoeken om uitzendkrachten te leveren met specifieke persoonlijke kenmerken. Driekwart van de respondenten is van mening dat deze verzoeken zowel van vaste als nieuwe opdrachtgevers afkomstig zijn.
- 61% van de respondenten ziet over de afgelopen jaren geen af- of toename in het aantal verzoeken om uitzendkrachten te leveren met specifieke persoonlijke kenmerken.

#### Omvang in 2012

Aan de respondenten die in hun functie contact hebben met opdrachtgevers, is de vraag gesteld hoe vaak zij in 2012 een verzoek hebben gekregen waarin gevraagd werd om een uitzendkracht te leveren met specifieke persoonlijke kenmerken.<sup>1</sup> Bijna alle respondenten (83%) hebben in 2012 een dergelijk verzoek ontvangen. In figuur 2.1 zijn de aantallen weergegeven.

<sup>1</sup> Hierbij betreft het alle kanalen waar verzoeken binnen komen (telefonisch, e-mail, persoonlijk, etc.). En beslaat om die reden een grotere schaal dan de onderzoeken waarbij telefonische praktijktests werden uitgevoerd.

**Figuur 2.1** Aantal verzoeken om uitzendkrachten te leveren met specifieke persoonlijke kenmerken in 2012 (N=121)



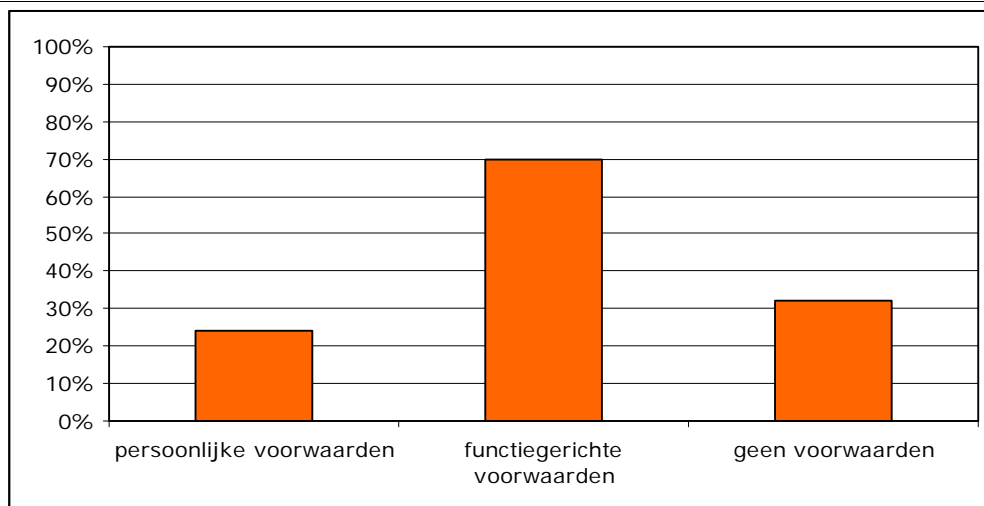
Bron: Panteia, 2013

In 2012 hebben de respondenten gemiddeld 48 keer een dergelijk verzoek ontvangen. Opvallend is de spreiding in het aantal keren dat een medewerker in 2012 met dit type verzoek te maken had. Zo heeft 4% geen verzoeken ontvangen om uitzendkrachten met specifieke persoonlijke kenmerken te leveren en 17% meer dan 100 verzoeken.

#### Verhouding met totaal aantal verzoeken

Om de omvang van het aantal verzoeken te duiden, is in de enquête gevraagd naar de verhouding tussen verzoeken met functiegerichte voorwaarden, verzoeken met persoonlijke voorwaarden en verzoeken zonder voorwaarden.

**Figuur 2.2** Verhouding tussen type verzoeken (meerdere antwoorden mogelijk, N=140)



Bron: Panteia, 2013

Figuur 2.2 laat een overlap zien: een verzoek kan een combinatie van functiegerichte en persoonlijke voorwaarden bevatten. Gemiddeld bevat 24% van de verzoeken die bij uitzendorganisaties binnenkomen (ook) persoonlijke voorwaarden.

### Samenhang met regio en/of sector

Aan alle respondenten is gevraagd in te schatten of verzoeken met persoonlijke voorwaarden in bepaalde sectoren of regio's vaker voorkomen.

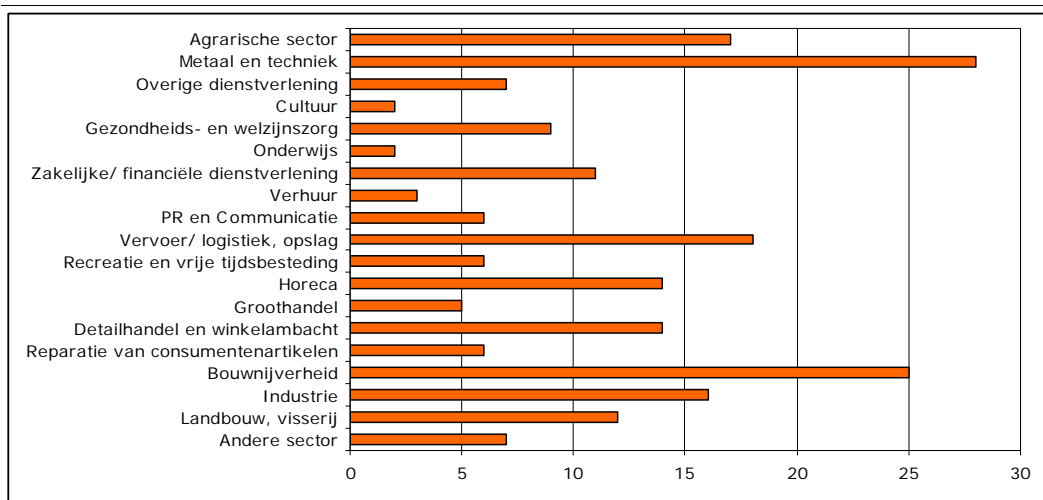
**Tabel 2.1** Schatting naar sector en/of regio (meerdere antwoorden mogelijk, N=151)

	Aantal	%
Ja, in bepaalde sectoren	58	38%
Ja, in bepaalde regio's	14	9%
Nee, regio of sector maakt geen verschil	24	16%
Weet ik niet/ geen mening	55	36%

Bron: Pantela, 2013

Ongeveer een derde van de respondenten is van mening dat er bepaalde sectoren zijn waarin opdrachtgevers vaker vragen naar uitzendkrachten met specifieke persoonlijke kenmerken. Aan hen is gevraagd welke sectoren dat zijn. Figuur 2.3 op de volgende pagina laat de gegeven antwoorden zien.

**Figuur 2.3** Schatting naar sector (meerdere antwoorden mogelijk, N=58)



Bron: Pantela, 2013

De sectoren Metaal en Techniek en Bouwnijverheid worden het meest genoemd (28 respectievelijk 25 keer). De agrarische, vervoer-, en industriële sector zijn ook relatief vaak genoemd. In de cultuur-, onderwijs-, en verhuursector zien de respondenten minder vaak verzoeken met persoonlijke voorwaarden.

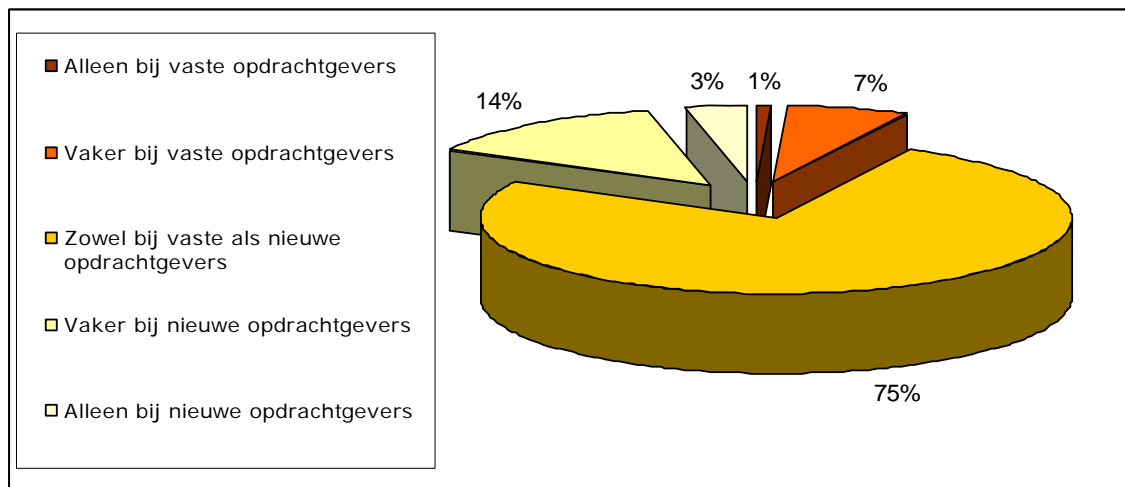
Slechts een klein aantal respondenten (N=14) geeft aan dat er regio's zijn waar vanuit vaker naar uitzendkrachten met specifieke persoonlijke kenmerken wordt gevraagd. Behalve Noord-Nederland worden alle overige regio's genoemd. De regio lijkt daarom van onderge-

schikt belang bij de omvang van verzoeken met persoonlijke voorwaarden. Deze conclusie werd ook getrokken in het recent verschenen rapport over passieve discriminatie bij ABU-leden.<sup>1</sup>

### Relatie met opdrachtgever

Aan de respondenten is gevraagd of ze van vaste of nieuwe opdrachtgevers vaker verzoeken met persoonlijke voorwaarden ontvangen. Figuur 2.4 op de volgende pagina geeft de antwoorden weer.

**Figuur 2.4** Relatie met opdrachtgever (N= 121)



Bron: Panteia, 2013

17% van de respondenten ontvangt vaker of alleen van nieuwe opdrachtgevers verzoeken om uitzendkrachten met specifieke persoonlijke kenmerken te leveren. De meerheid (75%) ziet echter geen verschil tussen vaste of nieuwe opdrachtgevers. We concluderen dat de relatie met de opdrachtgever weinig invloed heeft op de omvang van verzoeken met persoonlijke voorwaarden.

### Toe- of afname in omvang

De meerderheid van de respondenten (61%) heeft het idee dat de omvang van verzoeken met persoonlijke voorwaarden in de afgelopen jaren gelijk is gebleven. Ongeveer een kwart (26%) van de respondenten zag juist een toename.

<sup>1</sup> Möbius (2013), 'Mystery Calling'.



## 2.2 Aard van de verzoeken met persoonlijke voorwaarden

### Overkoepelende bevindingen

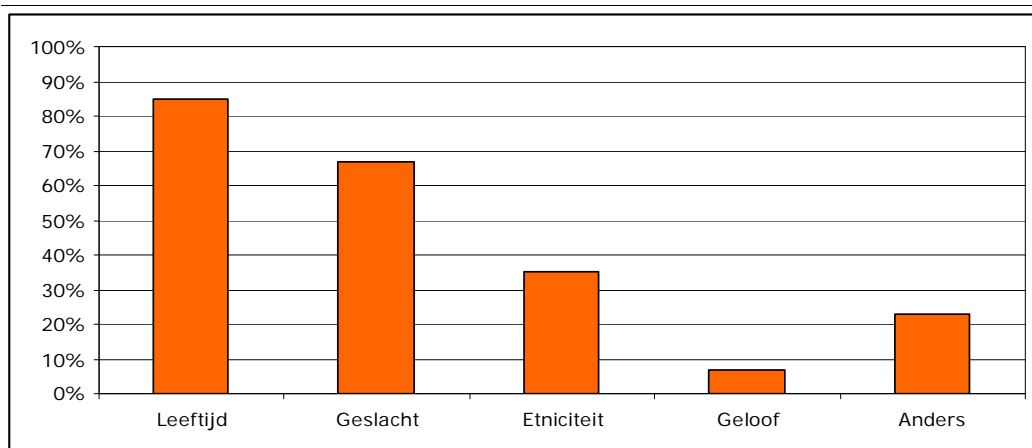
- Verzoeken naar leeftijd en geslacht komen vaker voor (85% respectievelijk 67%) dan verzoeken naar een bepaalde etniciteit (35%). Een verzoek om een uitzendkracht met een specifiek geloof te leveren, komt het minst voor (8%).
- Er lijkt een verband tussen de vraag naar leeftijd en geslacht en de sector waaruit het verzoek afkomstig is. Sectoren met fysiek zware arbeid, zoals Bouw en Metaal en Techniek, vragen eerder mannelijke uitzendkrachten en de sectoren persoonlijke dienstverlening, horeca of detailhandel zoeken vaker jonge uitzendkrachten.
- 86% van de respondenten vraagt aan de opdrachtgever naar de redenen van het verzoek om uitzendkrachten te leveren met specifieke persoonlijke kenmerken.
- Bijna de helft van de opdrachtgevers (47%) geeft als reden dat de uitzendkrachten met deze persoonlijke kenmerken de werkzaamheden beter kunnen uitvoeren. De wens om een meer diverse (31%) of juist homogene groep werknemers (17%) te krijgen, wordt ook geuit. Andere redenen (21%) zijn veelal financieel en praktisch van aard.

### 2.2.1 Type persoonlijk kenmerk

#### Verdeling naar type persoonlijk kenmerk

In 2012 heeft 83% van de geënquêteerde werknemers die in 2012 contact met opdrachtgevers had, een verzoek ontvangen met persoonlijke voorwaarden. Figuur 2.5 laat zien naar welke persoonlijke kenmerken werd gevraagd.

**Figuur 2.5** Verdeling naar persoonlijk kenmerk (meerdere antwoorden mogelijk, N=120)



Bron: Pantela, 2013

Figuur 2.5 laat een overlap zien: een verzoek kan een combinatie van persoonlijke kenmerken bevatten. Verzoeken naar leeftijd en geslacht komen vaker voor (85% respectievelijk 67%) dan verzoeken naar een bepaalde etniciteit (35%). Een verzoek naar een specifiek geloof komt minder vaak voor (8%). Onder de categorie anders (23%) werden kenmerken genoemd als fysieke kracht, houding, Nederlandstalig, chronische ziekte en uiterlijke kenmerken (zoals lengte, gewicht, tatoeages en piercings).

## Relatie met sector

Uit de toelichtingen van respondenten op hun antwoorden in de enquête en de groeps gesprekken komt naar voren dat er een zekere relatie is tussen het type persoonlijke kenmerk en de sector waar de opdrachtgever werkzaam is. Opdrachtgevers uit sectoren als de Bouw, Metaal en Techniek en Industrie bieden vaak fysiek zware klussen aan en vragen vaker expliciet naar een man. De vraag naar leeftijd komt volgens de respondenten weer vaker voor in de persoonlijke dienstverlening (*"daar willen ze graag jonge, flexibele werknemers die nog door kunnen groeien"*) en horeca en winkelambacht (*"dat zijn vaak de bijbaantjes"*). De reden van de opdrachtgever voor een verzoek wordt hieronder verder toegeelicht.

### 2.2.2 Reden van de opdrachtgever voor verzoek

Uit de enquête komt naar voren dat verreweg de meerderheid (86%) van de respondenten die in 2012 een verzoek heeft ontvangen met persoonlijk voorwaarden, aan de opdrachtgever naar de reden van dit verzoek heeft gevraagd. Bij het laatst binnenkomend verzoek, gaven de opdrachtgevers de volgende redenen.

**Tabel 2.2** Redenen van opdrachtgevers (meerdere antwoorden mogelijk, N=108)

	aantal	%
Uitzendkrachten met dit/deze persoonlijk(e) kenmerk(en) kunnen de werkzaamheden beter uitvoeren	51	47%
Wil meer diversiteit in groep werknemers	34	31%
Overige redenen	23	21%
Goede ervaring met deze doelgroep	21	19%
Wil een homogene groep werknemers	18	17%
Slechte ervaring met deze doelgroep	10	9%
Uitzendkrachten zonder deze persoonlijk(e) kenmerk(en) kunnen de werkzaamheden beter uitvoeren	5	5%
Negatieve berichtgeving vanuit media/omgeving	3	3%

Bron: Panteia, 2013

Bijna de helft van de opdrachtgevers (47%) geeft als reden dat de uitzendkrachten met deze persoonlijke kenmerken de werkzaamheden beter kunnen uitvoeren. In de toelichtingen van de respondenten zien we dat het dan met name gaat over verzoeken naar een bepaalde leeftijd of geslacht. Hieronder enkele voorbeelden:

*"Het betrof een junior-functie met daaraan gekoppeld een laag salaris."*

*"De opdrachtgever vond dat een bepaald soort taxivervoer beter wordt uitgevoerd door chauffeurs met levenservaring."*

*"Vrouwen konden dit zware werk niet aan."*

*"De klant vroeg naar een hostess. Daar wilden ze een representatieve dame voor."*

Ook de wens om een meer diverse samenstelling in de groep werknemers te krijgen, is vaak geuit (31%). De vergrijzing van het personeelsbestand en de vraag naar jonger per-

soneel worden daarbij vaak genoemd. Ook de vraag naar een specifieke etniciteit wordt met deze reden beargumenteerd, zoals onderstaand citaat weergeeft:

*"We hebben bedrijven waar alleen Polen werken. Om de groep meer divers te maken, haalt de opdrachtgever de ploeg uit elkaar en wil deze nu niet-Poolse uitzendkrachten."*

Opvallend is dat het omgekeerde argument ook voorkomt: een verzoek naar een specifieke etniciteit om de homogeniteit in de groep te bewaren.

*"We hebben wel eens autochtone uitzendkrachten naar deze opdrachtgever gestuurd, maar die waren binnen een week alweer vertrokken. Er werken daar alleen Poolse vrouwen, die dan ook in het Pools spreken en roddelen. Het blijkt voor uitzendkrachten die geen Pools spreken geen prettige werkomgeving. De opdrachtgever vraagt daarom nu naar Poolse dames."*

Bijna een kwart (21%) van de gegeven redenen valt onder de categorie 'anders'. Dit betreffen met name financiële en praktische redenen. Zo willen sommige opdrachtgevers jonge arbeidskrachten met het idee dat deze goedkoper zijn. Een voorbeeld van een praktische reden is het ontbreken van gescheiden douches of kleedruimtes, waardoor er voorkeur was voor een homogene groep.

*"Onze opdrachtgevers werken met dubbele bemanning op een vrachtauto. Zij hebben één vaste werknemer per auto, en wij leveren de rijder. Wanneer de vaste werknemer een vrouw is, zoeken wij een vrouw. Wanneer het een man is, zoeken wij een man. Dit omdat ze 24 uur per dag bij elkaar zitten en zich ook voor elkaar moeten uitkleden en dergelijke. Vaak is het dan ook niet de opdrachtgever die deze wens heeft, maar de vrouw van de chauffeur."*

### 2.3 Tussentijdse conclusie

#### Omvang verzoeken persoonlijke kenmerken

Bijna alle respondenten in het onderzoek (83%) hebben in 2012 een verzoek ontvangen om uitzendkrachten met specifieke persoonlijke kenmerken te leveren. Deze verzoeken ontvangen de respondenten van zowel nieuwe als vaste opdrachtgevers en van opdrachtgevers uit verschillende regio's.

#### Aard van de verzoeken

De verzoeken betreffen vaak een vraag naar een uitzendkracht van een bepaald geslacht of leeftijd. Daarbij lijkt de sector waar de opdrachtgever zich in bevindt van invloed. Sommige sectoren, zoals de bouwsector of metaal en technieksector, bieden veel fysiek zware arbeid waar relatief vaak mannen voor gevraagd worden. Opdrachtgevers uit de sectoren zakelijke dienstverlening, horeca en winkelambacht vragen eerder naar jongere uitzendkrachten, welke naar hun idee kunnen doorgroeien en/of goedkoper zijn. De vraag naar een bepaalde etniciteit of geloof komt minder vaak voor en lijkt niet gerelateerd aan een bepaalde sector. Opdrachtgevers vragen naar uitzendkrachten met een bepaalde etniciteit of geloof om een meer heterogene of homogene groep te creëren.

#### O-meting discriminerende verzoeken

In de enquête zijn vragen gesteld rondom de aard en omvang van verzoeken met persoonlijke voorwaarden. Deze verzoeken zijn discriminerend wanneer het persoonlijke kenmerk voor die functie niet ter zake doet. Een grote meerderheid (86%) van de respondenten

vraagt naar de reden van het verzoek, wat vaak in combinatie met een persoonlijk gesprek onderdeel van de reguliere werkwijze is. Wanneer we kijken naar de uitleg van de opdrachtgevers, zien we dat bij bijna de helft van de ontvangen verzoeken de opdrachtgever van mening was dat het persoonlijke kenmerk bij de functie past.

De exacte omvang van discriminerende verzoeken is op basis van sociaalwetenschappelijk onderzoek niet te bepalen. Wel is een indicatie te verkrijgen van de omvang van discriminatie. Gezien de toelichtingen die de respondenten geven over het ontvangen verzoek, lijkt een aanzienlijk deel van de verzoeken om uitzendkrachten met specifieke persoonlijke kenmerken te leveren, discriminerend van aard. De volgende gevraagde persoonlijke kenmerken die in dit onderzoek gevonden zijn, lijken namelijk niet relevant of functiegerelateerd:

- Leeftijd bij een juniorfunctie;
- Geslacht bij een functie als host(ess);
- Geslacht bij een fysiek zware functie;
- Geloof bij een functie in een slachterij;
- Nationaliteit bij een functie in team dat qua nationaliteit homogeen is.

Enkel een grondige juridische analyse van mogelijk discriminatoire gevallen kan uitwijzen of het onderscheid dat gemaakt wordt in de desbetreffende situatie daadwerkelijk onrechtmatig is.

### 3 Omgaan met discriminerende verzoeken

In het onderzoek hebben we gekeken naar de reactie van werknemers van uitzendorganisaties op discriminerende verzoeken. Daarbij hebben we onderscheid gemaakt tussen attitude en handelen. Aan de respondenten is gevraagd hoe ze zelf hebben gereageerd en gehandeld, maar ook om een schatting te geven van de attitude en het handelen van hun collega's en concurrenten.

Paragraaf 3.1 gaat in op de vraag of medewerkers van uitzendorganisaties wel of niet instemmen met het verzoek met persoonlijke voorwaarden. Daarbij is een onderscheid gemaakt tussen attitude en handelen: wat is de eerste reactie en wordt hier ook naar gehandeld? In de twee paragrafen daarna bespreken we de redenen van respondenten om wel (§ 3.2) of niet (§ 3.3) met het verzoek mee te gaan. Het hoofdstuk sluit af met een tussentijdse conclusie.

#### 3.1 Wel of niet instemmen

##### Overkoepelende bevindingen

- Respondenten schatten dat gemiddeld 72% van alle intercedenten tegen de opdrachtgever zegt mee te gaan in het verzoek.
- In 2012 heeft 62% van de respondenten die een verzoek ontvingen om een uitzendkracht te leveren met een specifiek persoonlijk kenmerk, mondeling ingestemd met het verzoek.
- In 2012 heeft 58% van de respondenten die een verzoek ontvingen om een uitzendkracht te leveren met een specifiek persoonlijk kenmerk, in de selectie van kandidaten rekening gehouden met het verzoek.

##### Attitude: schatting en eigen ervaring

Aan de respondenten is gevraagd een *schatting* te geven van het aantal werknemers dat volgens hen meegaat in een verzoek naar een persoonlijk kenmerk. Daarnaast is aan de respondenten die in 2012 een verzoek naar een persoonlijk kenmerk hebben ontvangen, gevraagd of zij *zelf* instemden met het verzoek.

Tabel 3.1 Instemmen met verzoek: inschatting en eigen ervaring<sup>1</sup>

	Schatting (N=152)	Ervaring (N=116)
Zegt mee te gaan met het verzoek	72%	62%

Bron: Panteia, 2013

Hoewel de percentages dicht bij elkaar liggen, laat tabel 3.1 zien dat het percentage iets lager is wanneer naar de eigen ervaring wordt gevraagd. Dit heeft mogelijk te maken met het geven van sociaal wenselijke antwoorden. Toch zegt 62% van de respondenten die in 2012 te maken kregen met een verzoek naar persoonlijke kenmerken, het verzoek te hebben gehonoreerd. Aan de respondenten is dit instemmen met het verzoek verder uitgevraagd door te vragen naar het direct gegeven antwoord op het verzoek.

<sup>1</sup> De percentages betreffen gemiddelden.

**Tabel 3.2** Wat was uw *directe* antwoord op het verzoek? (N=116)

	Er in de selectie van kandidaten rekening mee zou houden.	Er in de selectie van kandidaten <u>geen</u> rekening mee zou houden.	Totaal
Dat ik me in het verzoek kon vinden	53%	21%	74%
Dat ik me <u>niet</u> in het verzoek kon vinden	9%	18%	27%
Totaal	62%	39%	

Bron: Panteia, 2013

Tabel 3.2 geeft wederom het percentage van 62% weer dat zegt mee te gaan met het verzoek, waarvan het grootste deel (53%) ook tegen de opdrachtgever zegt zich te kunnen vinden in het verzoek. Een minderheid (18%) zegt tegen de opdrachtgever dat ze zich niet in het verzoek kan vinden en in de selectie van de kandidaten geen rekening met dit verzoek houdt.

#### Handelen: schatting en eigen ervaring

De vraag is vervolgens of deze eerste reactie ook gelijk staat aan het handelen van de respondent. Houdt 62% van de respondenten daadwerkelijk rekening met het verzoek van de opdrachtgever? Ook hierbij is de respondenten naar een schatting en eigen ervaring gevraagd.

**Tabel 3.3** Handelen naar verzoek: inschatting en eigen ervaring<sup>1</sup>

	Schatting (N=116)	Ervaring (N=152)
Houdt er in de selectie van de kandidaten rekening mee	66%	58%

Bron: Panteia, 2013

Tabel 3.3 laat wederom een relatief klein verschil zien tussen het schattingspercentage en de eigen ervaring. Wanneer we de gegevens vergelijken met tabel 3.1 zien we een lichte daling in het percentage. Van de respondenten die in 2012 een verzoek naar een persoonlijk kenmerk ontvingen, stemt 62% mondeling toe, maar houdt 58% in de selectie van de kandidaten daadwerkelijk rekening met de gevraagde persoonlijke kenmerken. Een respondent geeft de volgende verklaring voor het verschil tussen attitude en handelen:

*"In deze moeilijke markt kan ik me niet veroorloven om direct tegen de haren van de opdrachtgever in te strijken. Bij het eerste gesprek geef ik daarom ook aan dat ik er rekening mee zal houden. Wel ga ik bij het voorstellen van kandidaten toch kandidaten voorstellen die niet aan zijn eisen voldoen, met een goede onderbouwing."*

Eenzelfde verklaring werd door een respondent gegeven voor het instemmen op telefonische verzoeken van nieuwe opdrachtgevers:

*"Het komt bijna nooit voor dat we opgebeld worden door een onbekende werkgever voor een openstaande vacature.<sup>1</sup> Wanneer dit dan wel gebeurt, springen we er meteen bovenop en willen we hem vasthouden. Natuurlijk zeg ik dan eerst ja en amen. Anders belt hij direct een ander bureau."*

<sup>1</sup> De percentages betreffen gemiddelden.

Toch geeft meer dan de helft (58%) van de respondenten aan dat ze ook in de selectie van kandidaten rekening houdt met het verzoek om uitzendkrachten te leveren met specifieke persoonlijke kenmerken. Daarbij moeten we opmerken dat de praktijk genuanceerder is: werknemers van uitzendorganisaties selecteren veelal meerdere kandidaten en presenteren zowel kandidaten die passen binnen het verzoek als kandidaten die dat niet doen. Zoals ook de antwoorden op onderstaande stellingen over de reguliere werkwijze aantonen.

**Tabel 3.4** Bij de uiteindelijke selectie van een uitzendkracht... (N=140)

	Altijd	Meestal	Soms	Nooit
...passen alle kandidaten bij de eisen van de opdrachtgever	9%	76%	11%	5%
...zijn er ook kandidaten die niet aan de eisen van de opdrachtgever voldoen	4%	14%	75%	7%

Bron: Panteia, 2013

Achterliggende redenen om wel of niet mee te gaan in een verzoek met persoonlijke voorwaarden, worden in de volgende paragrafen beschreven.

### 3.2 Wel meegaan in het verzoek

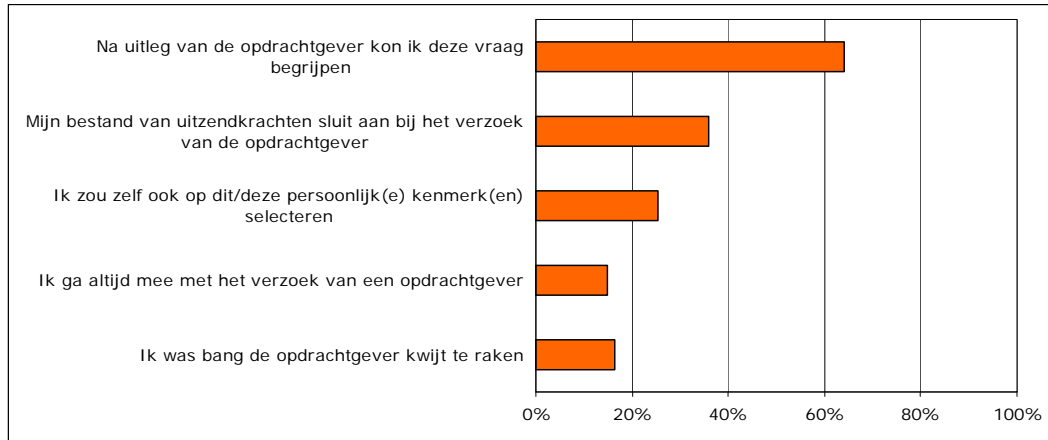
#### Overkoepelende bevindingen

- De voornaamste reden om wel mee te gaan met het verzoek, is dat de vraag van de opdrachtgever na uitleg begrepen wordt (64%). Er zijn ook respondenten die bang zijn de opdrachtgever kwijt te raken (15%) of altijd instemmen met een verzoek (16%). Een kwart van de respondenten zou ook zelf selecteren op de persoonlijke kenmerken.
- 36% van de respondenten heeft zelf wel eens op persoonlijke kenmerken geselecteerd, zonder dat de opdrachtgever daarom vroeg. De voornaamste reden is dat de respondenten van mening waren dat de persoonlijke kenmerken beter bij de vacature pasten (67%). Een andere reden is dat de respondenten wisten dat de opdrachtgever hier op zou selecteren (33%).

Figuur 3.1 laat de redenen van de respondenten zien om mee te gaan met het verzoek met persoonlijke voorwaarden.

<sup>1</sup> De resultaten van de enquête bevestigen deze stelling. Het gemiddelde klantenbestand van de respondenten (N=152) bestond driekwart uit vaste opdrachtgevers. De nieuwe opdrachtgevers worden veelal geworven door eigen acquisitie. Slechts een kwart van de nieuwe opdrachtgevers meldt zich zelf. Bij de respondenten die ervaring hebben met nieuwe opdrachtgevers die zich telefonisch melden (N=126) is het bij driekwart (77%) langer dan een maand geleden.

**Figuur 3.1** Om welke reden(en) heeft u rekening gehouden met het verzoek?  
(Meerdere antwoorden mogelijk, N=67)



Bron: Panteia, 2013

### Begrip voor het verzoek

De voornaamste reden om met het verzoek naar persoonlijke kenmerken rekening te houden, is dat de respondenten na uitleg van de opdrachtgever de vraag konden begrijpen (64%). Respondenten leggen uit dat zij van mening zijn dat het verzoek functiegerelateerd is. Onderstaande citaten vormen enkele voorbeelden van toelichtingen:

*"Voor sommige, met name productiewerkzaamheden, past een man beter."*

*"Het betrof een functie van schelpenspuiters onder huizen. Iemand groter dan 1.75 meter past niet in de kruipruimte."*

*"In dit geval viel het hoofddoekje onder het voorschrift: geen hoofdbekleding. Dus men zou ook geen pet, keppel, hoed, sjaal, etc. mogen dragen. Het had niets te maken met wat iemand gelooft of zo."*

Hoewel ook hier geldt dat een vrouw de productiewerkzaamheden wellicht op zich zou kunnen nemen en het voorschrift van geen hoofdbedekking een doelgroep bewust uitsluit, zijn de respondenten niet van mening dat het verzoek discriminerend van aard is. Zoals ook onderstaande toelichtingen laten zien.

*"Een opdrachtgever die personeel werft, zoekt altijd naar een match met zijn bestaande populatie. 'Geen Ghanezen' kan dus heel goed betekenen dat het aandeel Ghanezen in een populatie even te groot is geworden. Zo ook bij leeftijd of andere criteria. Discriminatie en diversiteitsmanagement lijken op een afstand misschien op elkaar, maar zijn wezenlijk verschillend."*

*"Het bedrijf hanteert een gezonde mix van jong en oud. De aanvulling van het team gaf aan dat de keus voor een jongere uitzendkracht noodzakelijk was."*

*"Indien de aard van de functie om een specifieke eigenschap vraagt, mag je hierop selecteren. Wanneer er bijvoorbeeld een bikinimodel gevraagd wordt, mag je selecteren op geslacht. Indien er zwaar fysiek werk verricht moet worden, mag je ook op geslacht selecteren."*



### **Altijd meegaan met de opdrachtgever of bang opdrachtgever kwijt te raken**

16% van de respondenten geeft aan altijd met de opdrachtgever mee te gaan en 15% dat ze bang zijn de opdrachtgever kwijt te raken. Hier ligt veelal een financiële reden achter waarbij ze verzoeken niet kunnen of willen afslaan.

*"De klant is koning. Lever ik hem niet, dan doet de ander het wel."*

Bij de respondenten die aangeven altijd mee te gaan met de opdrachtgever zien we dat ze vaak van mening zijn dat niet zij, maar de opdrachtgever onwettig handelt. De verantwoordelijkheid ligt met andere woorden niet bij de werknemer van het uitzendbureau. Zoals een respondent in een groepsgesprek toelichtte:

*"De ene opdrachtgever wil jonge mannen, de ander oude mannen. Bij de ene opdrachtgever kan je alleen mannen plaatsen, maar de ander wil juist alleen maar vrouwen. Is het dan discriminatie? De opdrachtgever die liever geen allochtoon wil, krijgt een Nederlandse kandidaat voorgeschoteld. Tegelijkertijd hebben we voor de allochtone kandidaten wel een plek bij een andere opdrachtgever, die daar geen probleem mee heeft. Dan is het toch de opdrachtgever die discrimineert en niet ik?"*

Deze respondenten zien enerzijds de passieve vorm van discriminatie niet als 'echte' discriminatie en zien anderzijds voor uitzendorganisaties een minimale rol in het tegengaan of verminderen van discriminatie op de arbeidsmarkt.

### **Zelf ook op deze kenmerken selecteren**

Een kwart van de respondenten (25%) geeft als reden dat ze zelf ook op deze kenmerken zouden selecteren. In de toelichtingen zien we dat de respondenten het vaak eens zijn met het verzoek van de opdrachtgever. Een andere, meer praktische reden, is dat het bestand op het verzoek aansluit:

*"Binnen de industriële reiniging hebben we ook geen vrouwen in het bestand."*

In de enquête is het zelf selecteren op persoonlijke kenmerken verder uitgevraagd. Aan alle respondenten in de enquête is gevraagd een schatting te maken van het aantal medewerkers dat zelf selecteert op persoonlijke kenmerken, zonder dat de opdrachtgever daarom vraagt. Aan de respondenten die klantcontact hebben is naar hun eigen ervaring gevraagd: hebben zij zelf wel eens uit eigen beweging een dergelijke selectie gemaakt? Onderstaande tabel geeft beide antwoorden weer.

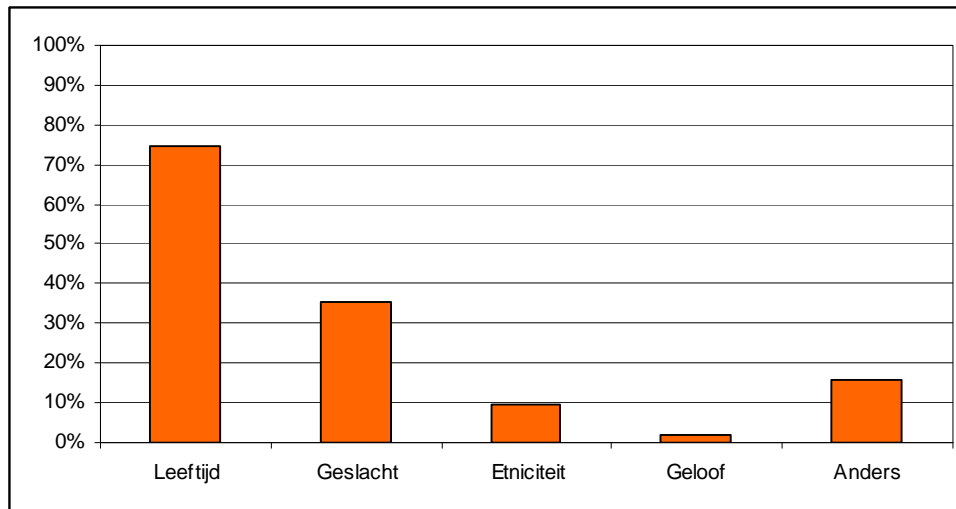
**Tabel 3.5** Zelf selecteren op persoonlijke kenmerken: inschatting en eigen ervaring<sup>1</sup>

	Schatting (n=152)	Ervaring (N=140)
Zelf selecteren op persoonlijke kenmerken, zonder dat de opdrachtgever daarom vraagt	40%	36%

Bron: Panteia, 2013

Meer dan een derde van de respondenten (36%) gaf aan dat ze zelf, zonder dat de opdrachtgever daar om verzoekt, wel eens op persoonlijke kenmerken selecteert. Aan deze respondenten is gevraagd op welke persoonskenmerken ze de laatste keer hebben geselecteerd.

**Figuur 3.2** Verdeling naar persoonlijk kenmerk (Meerdere antwoorden mogelijk, N=51)



Bron: Panteia, 2013

Ook hier zien we dat er met name op leeftijd en geslacht wordt geselecteerd. Tabel 3.6 laat zien welke afwegingen de respondenten daarbij maakten.

<sup>1</sup> De percentages betreffen gemiddelden.

**Tabel 3.6** Reden om op dit/deze persoonlijk(e) kenmerk(en) te selecteren  
(Meerdere antwoorden mogelijk, N=51)

	Aantal	%
Past beter bij de vacature	34	67%
Ik weet dat de opdrachtgever toch wel op dit/deze persoonlijk(e) kenmerk(en) selecteert	17	33%
Ik selecteer altijd op dit persoonlijke kenmerk	2	4%
Anders, namelijk...	3	6%

Bron: Panteia, 2013

Het antwoord dat het meest gegeven is door de respondenten, is dat zij van mening zijn dat dit persoonlijke kenmerk beter bij de vacature paste (67%). Een derde van deze respondenten (33%) weet dat de opdrachtgever op deze kenmerken zal selecteren. Zij denken, met andere woorden, voor de opdrachtgever.

*"Dit was een opdrachtgever die net een zeer negatieve ervaring had gehad met een Marokkaanse werknemer. Het betrof mishandeling en dat had grote impact op hem en het bedrijf. Dan is het logisch dat hij even geen Marokkaanse uitzendkracht wil. Die selecteer ik dan ook niet. Vaak zwakt het na een tijd wel weer af en kan ik dan weer een Marokkaanse uitzendkracht selecteren. Het gaat hier dan ook om de slechte ervaring, niet om de etniciteit."*

Ook komt het voor dat de medewerker van de uitzendorganisatie voor zijn uitzendkrachten denkt:

*"Als het een vacature is voor een varkensslachterij, selecteer ik geen moslim."*

In beide voorbeelden selecteert de respondent naar een vooronderstelling, zonder met zekerheid te weten of de opdrachtgever, dan wel de uitzendkracht, dezelfde wens heeft.

### 3.3 Niet meegaan in het verzoek

#### Overkoepelende bevindingen

- Van de respondenten die in 2012 een verzoek met persoonlijke voorwaarden ontvingen, heeft 42% (N=49) in de selectie van kandidaten *geen* rekening gehouden met het persoonlijke kenmerk. Deze keuze was soms om praktische3 (het bestand sluit niet aan op het verzoek), maar veelal om ideologische redenen gemaakt (oneens met het verzoek).
- Deze respondenten zien een speelruimte waarin ze in gesprek kunnen gaan met de opdrachtgever en deze daarin te overtuigen van de correcte werkwijze.
- Van de 49 respondenten die in de selectie geen rekening hielden met het verzoek, hebben 35 respondenten kandidaten gepresenteerd die niet aan de gevraagde persoonlijke kenmerken voldeden. Bij 9 respondenten is er een kandidaat die niet aan de persoonlijke kenmerken voldeed door de werkgever geselecteerd.

#### Redenen om niet mee te gaan in het verzoek

Tabel 3.3 liet zien dat 58% van de respondenten in de selectie van kandidaten rekening houdt met het verzoek. De overige 42% doet dit niet. Daarvoor geven ze twee verschillende redenen. Enerzijds is er de praktische reden dat het bestand niet aansluit op het verzoek:

*"Ik werk alleen met Polen en Roemenen. Andere nationaliteiten kan ik niet leveren."*

Anderzijds is er een ideologische reden en kunnen de respondenten zich niet vinden in het ontvangen verzoek. Om de opdrachtgever en de opdracht toch te behouden, gaan deze respondenten met de opdrachtgever in gesprek.

*"De vraag naar leeftijd heeft bij ons vaak te maken met de prijsstelling. Wanneer wij vervolgens oudere werknemers kunnen leveren voor een soortgelijk tarief, gaan opdrachtgevers daar vaak mee akkoord."*

*"Ik probeer een zo goed mogelijke match te maken. Daarvoor selecteer ik meerdere kandidaten, met verschillende kenmerken. Daarvan zijn er altijd kandidaten die niet aan de gevraagde persoonlijke of functiegerelateerde kenmerken voldoen, maar waarvan ik kan beargumenteren dat ze goed bij de functie passen."*

### **Speelruimte**

Om de keuze te maken niet mee te gaan met de opdrachtgever, is er volgens respondenten speelruimte nodig om met de opdrachtgever dit gesprek aan te gaan. Deze speelruimte kan enerzijds gecreëerd worden door een tamelijke onafhankelijkheid van de desbetreffende opdrachtgever. Met de huidige economische situatie zijn uitzendbureaus vaak afhankelijk van *alle* opdrachtgevers, maar de speelruimte kan wel groter worden door:

- Een vertrouwensrelatie met de opdrachtgever op te bouwen.
- Een goed inzicht te hebben in het bestand met uitzendkrachten om de juiste match te maken.
- Tijd te nemen om met de opdrachtgever in gesprek te gaan en zijn exacte vraag te achterhalen, zodat hij beter overtuigd kan worden van de geschiktheid van andere kandidaten.

De economische crisis, en daarmee de snelheid waarmee uitzendorganisaties moeten reageren op een binnenkomend verzoek, zorgt er echter voor dat er niet altijd tijd is om met de opdrachtgever in gesprek te gaan.

*"Tegenwoordig geeft een opdrachtgever aan dat hij het verzoek ook bij andere uitzendorganisaties neerlegt. Als jij dan niet snel en adequaat reageert, ben je de opdracht kwijt."*

### **Beslissing van de opdrachtgever**

De 42% van de respondenten die in 2012 een verzoek met persoonlijk voorwaarden niet honoreerden, waren omgerekend 49 respondenten. Hiervan hebben 35 respondenten ook daadwerkelijk kandidaten gepresenteerd die niet aan de gevraagde persoonlijke kenmerken voldeden. Vervolgens is het aan de opdrachtgever uit de geselecteerde kandidaten een geschikte werknemer te kiezen. Bij 9 respondenten is de kandidaat ook eindelijk geplaatst. De een grijpt dit lage aantal aan om de rol van zichzelf, en de uitzendbranche, in het tegengaan of verminderen van discriminatie als minimaal te zien:

*"Onze macht om discriminerende opdrachtgevers op andere gedachten te brengen is vrij beperkt. Ze maken toch uiteindelijk zelf de selectie."*

Een ander ziet het echter als uitdaging:

*"Ik weet wat ik in mijn bestand heb zitten en dan selecteer ik wat bij de aanvraag past. Als daar goede mensen tussenzitten die aan het profiel voldoen zal daar over het algemeen geen probleem van worden gemaakt, maar anders ga ik met de opdrachtgever een gesprek aan."*

### **3.4 Tussentijdse conclusies**

#### **Honoreren van discriminerende verzoeken**

Van de respondenten die in 2012 een verzoek met persoonlijke voorwaarden ontvingen, zegt 62% mee te gaan met het verzoek en houdt 58% ook in de selectie van kandidaten rekening met het verzoek. Het minimale verschil tussen attitude en handelen heeft te maken met de snelheid waarin werknemers moeten reageren bij een binnenkomende verzoek. Respondenten gaan mee in het verzoek van opdrachtgevers door de bedrijfseconomische omstandigheden en door concurrentiedruk: opdrachtgevers leggen hun verzoek vaak neer bij verschillende uitzendorganisaties. Opdrachtgevers verwachten vervolgens een snelle en adequate reactie van de uitzendorganisaties. Daarnaast is een telefonisch verzoek van een nieuwe opdrachtgever vaak uitzonderlijk en willen respondenten de potentiële opdrachtgever niet direct afwijzen.

#### **Redenen om mee te gaan in het verzoek**

Een veelgenoemd argument om met het verzoek van de opdrachtgever mee te gaan, is dat de respondenten de vraag van de opdrachtgever begrijpen. Zij zijn enerzijds van mening dat het genoemde persoonlijk kenmerk noodzakelijk is om de functie te vervullen en vinden het daarom geen discriminerend verzoek. Anderzijds zien zij het honoreren van discriminerende verzoeken (passieve discriminatie) niet als discriminatie. De verantwoordelijkheid ligt in hun ogen bij de opdrachtgever en niet bij de uitzendorganisatie. Dit geldt ook voor bijvoorbeeld 'customer discrimination' waarbij de werknemer van de uitzendorganisatie in de selectie al rekening houdt met bepaalde persoonlijke kenmerken, zonder dat de opdrachtgever of de uitzendkracht er expliciet naar vraagt. Respondenten zien met andere woorden een grijs gebied, waarin verschillende verschijningsvormen van discriminatie niet als discriminatie worden beschouwd.

#### **Benodigde speelruimte**

Respondenten die niet meegaan met het verzoek van de opdrachtgever zijn het veelal oneens met het verzoek. Door in gesprek te gaan met de opdrachtgever proberen ze de opdrachtgever te overtuigen van een andere, correcte, werkwijze. Daarvoor is speelruimte nodig, die vergroot kan worden door een vertrouwensrelatie met de opdrachtgever, inzicht in het bestand van uitzendkrachten en het gesprek met de opdrachtgever aan te gaan. De economische crisis, en daarmee de snelheid waarmee uitzendorganisaties moeten reageren op een binnenkomend verzoek, zorgt er echter voor dat de tijd soms onvoldoende is om het gesprek aan te gaan.



## 4 Ondersteuningsbehoefte

Het standpunt van de NBBU is gelijk aan de wet en stelt dat discriminerende verzoeken nooit gehonoreerd mogen worden.<sup>1</sup> Het is dan ook aan de NBBU-leden de uitdaging aan te gaan om het vertrouwen van de opdrachtgever te krijgen waarbij de opdrachtgever weet dat hij de best gekwalificeerde persoon aangeleverd krijgt. Om haar leden hierbij te ondersteunen, ontwikkelt de NBBU een training om werknemers van uitzendorganisaties beter voor te bereiden op discriminerende verzoeken en hun te leren er op de juiste manier op te reageren. Daarnaast heeft de NBBU een advies opgesteld. Het advies is gebaseerd op vijf principes (zie bijlage 4 voor een uitgebreide beschrijving):

- 1) Wees voorbereid.
- 2) Oordeel niet, stel vragen.
- 3) Overtuig met argumenten en voorbeelden.
- 4) Vraag vertrouwen.
- 5) Neem verantwoordelijkheid.

Dit hoofdstuk presenteert de mate waarin respondenten het advies toepassen (§4.1) en de eventuele behoefte aan (meer) richtlijnen en/of hulp vanuit de NBBU (§4.2). Het hoofdstuk sluit wederom af met een tussentijdse conclusie.

### 4.1 Toepassing van het advies

#### Overkoepelende bevindingen

- 55% van de respondenten kent het advies en past het naar eigen zeggen ook toe.
- 38% van de respondenten kent het advies niet, maar past het advies naar eigen zeggen onbewust wel toe.
- Bij 78% van de respondenten wordt er in de vestiging gesproken hoe met discriminerende verzoeken om te gaan.
- 86% van de respondenten die klantcontact heeft, gaat na het ontvangen van een verzoek met persoonlijke voorwaarden eerst met de opdrachtgever in gesprek. Vaak is het vragen naar de reden, gecombineerd met een persoonlijk gesprek, onderdeel van de reguliere werkwijze.
- De verantwoordelijkheid van uitzendorganisaties en de rol die ingenomen kan worden bij het bestrijden van discriminatie op de arbeidsmarkt, is een discussiepunt.

#### Bekendheid en toepassing advies

In de enquête is aan alle respondenten gevraagd in hoeverre ze het advies van de NBBU kennen en toepassen.

<sup>1</sup> Paragraaf gebaseerd op informatie vanaf <https://www.nbbu.nl/thema/discriminatie>

**Tabel 4.1** Bekendheid en toepassing (N=152)

	Aantal	%
Ja, ik ken het en ik pas het ook toe	83	55%
Ja, ik ken het maar ik pas het niet toe	4	3%
Nee, ik ken het niet maar ik pas het (onbewust) wel toe	57	38%
Nee, ik ken het niet en ik pas het niet toe	8	5%

Bron: Panteia, 2013

Ongeveer de helft van de respondenten (55%) kent het advies en past het ook toe. Daarbovenop zijn er respondenten (38%) die het advies niet kennen, maar de vijf principes naar eigen zeggen wel toepassen.

### Bespreekbaar maken in eigen organisatie

In het onderzoek zijn de vijf principes ook apart uitgevraagd. Zo valt onder het eerste principe "wees voorbereid" het bespreekbaar maken van de werkwijze van discriminerende verzoeken.

**Tabel 4.2** Wordt er in uw vestiging gesproken over hoe om te gaan met discriminerende verzoeken? (N=152)

	Aantal	%
Ja	118	78%
Nee	23	15%
Weet niet/geen mening	11	7%

Bron: Panteia, 2013

Bij driekwart van de respondenten (78%) wordt er in de vestiging gesproken hoe met discriminerende verzoeken om te gaan. Ook het bespreken van het binnenkomend verzoek met collega's valt onder het eerste principe. In de enquête is dit aan de respondenten die klantcontact hebben met een tweetal stellingen over de reguliere werkwijze uitgevraagd:

**Tabel 4.3** Stelling: 'Bij een binnenkomend verzoek van een opdrachtgever...(N=140)

	Altijd	Meestal	Soms	Nooit
...maak ik zelf de overweging of we aan het verzoek kunnen voldoen	54%	29%	13%	4%
...overleg ik met een collega en/of manager hoe het af te handelen	19%	34%	40%	7%

Bron: Panteia, 2013

Uit de reacties op de stellingen kunnen we opmaken dat de respondenten vaker zelfstandig de overweging maken om aan een verzoek te voldoen. In de groepsgesprekken werd toegevoegd dat overleg met collega's of managers vaak alleen plaatsvindt wanneer het een lastig verzoek betreft. Hieronder vallen soms ook verzoeken naar persoonlijke kenmerken.

### In gesprek gaan met de opdrachtgever

De volgende drie principes ("oordeel niet, stel vragen", "overtuig met argumenten en voorbeelden" en "vraag vertrouwen") worden gehanteerd in het gesprek met de opdrachtgever. De principes stellen dat het van belang is om in dit gesprek 1) de reden van het verzoek te achterhalen, 2) de opdrachtgever met argumenten en voorbeelden te overtuigen van de



voorgestelde, correcte, werkwijze en 3) een vertrouwensrelatie op te bouwen met de opdrachtgever zodat de opdrachtgever gemakkelijker te overtuigen is van de juiste werkwijze. Het vorige hoofdstuk liet zien dat verreweg de meerderheid van de respondenten die in 2012 te maken kreeg met een verzoek met persoonlijke voorwaarden (86%), eerst met de opdrachtgever in gesprek ging. Hieronder enkele toelichtingen van respondenten:

*"Je moet eerst in gesprek gaan met de opdrachtgever. Pas dan weet je wat hij echt zoekt en welke uitzendkracht bij hem past."*

*"De vraag naar een persoonlijk kenmerk kan soms bij de functie of bij het bedrijf horen. In dat geval is er volgens mij geen sprake van discriminatie. Daarom moet je ook naar de reden vragen."*

*"Ik denk wel dat er een groot aantal vormen van discriminatie is en dat er in veel gevallen moeilijk een echt oordeel over te vellen is omdat er in vele gevallen ook een bepaalde visie achter kan zitten. Dit is dan ook de reden dat ik een voorstander ben van doorvragen bij de opdrachtgever."*

Het aangaan van een gesprek met de opdrachtgever is vaak ook onderdeel van de reguliere werkwijze, welke gecombineerd kan worden met een persoonlijke ontmoeting.

**Tabel 4.4** Stelling: Bij een binnenkomend verzoek van een opdrachtgever (N=140)

	Altijd	Meestal	Soms	Nooit
...maak ik eerst een afspraak voor een persoonlijke kennismaking	35%	41%	19%	4%

Bron: Pantela, 2013

De meerderheid van de respondenten maakt na het ontvangen van een verzoek altijd (35%) of meestal (42%) een afspraak voor een persoonlijke kennismaking.

### Verantwoordelijkheid van uitzendbranche

Het laatste principe ("neem verantwoordelijkheid") gaat uit van de verantwoordelijkheid van medewerkers in de uitzendorganisatie. Daarbij benadrukt de NBBU dat het honoreren van discriminerende verzoeken onethisch en strafbaar is.<sup>1</sup> Naar aanleiding van de gegeven toelichtingen in de internetenquête en de groepsgesprekken, is duidelijk geworden dat er verschillende meningen bestaan over de verantwoordelijkheid van de uitzendbranche bij het tegengaan van discriminatie. Zo zijn er respondenten die van mening zijn dat niet zij, maar de opdrachtgever discrimineert. Ze zien het honoreren van een discriminerend verzoek niet als een vorm van discriminatie. Ook de rol die de uitzendbranche kan innemen bij het tegengaan of verminderen van discriminatie wordt bediscussieerd:

Respondent 1: *"Ik vind het belangrijk om nog even aan te geven dat ik persoonlijk van mening ben dat het niet een probleem in de uitzendwereld of -branche is maar dat het een maatschappelijk probleem is."*

Respondent 2: *"Ik sluit mij hierbij volledig aan. Het is een maatschappelijk probleem. Wel ben ik van mening dat juist wij hierin het verschil kunnen maken en mijns inziens kunnen we dit het beste doen door juist niet te veel naar het probleem te blijven staren maar om de oplossing aan te reiken."*

<sup>1</sup> Zie bijlage 4 of <https://www.nbbu.nl/thema/discriminatie>

## 4.2 Ondersteuningsbehoefte

### Overkoepelende bevindingen

- Er is behoefte aan meer duidelijkheid over discriminatie: Wanneer is een verzoek met persoonlijke voorwaarden discriminerend? En welke rol en verantwoordelijkheid heeft de werknemer in de uitzendbranche bij het tegengaan en verminderen van discriminatie op de arbeidsmarkt?
- Er is behoefte aan praktische handvatten zoals een document waarin meer duidelijkheid wordt verschaft over 'discriminatie', een standaard tekst waarin het onderwerp ook aan opdrachtgevers kan worden gecommuniceerd en een standaardvragenlijst waarmee uitzendorganisaties discriminerende verzoeken kunnen herkennen en er op de juiste wijze mee om kunnen gaan.

Bijna alle respondenten (92%) geven aan het advies van de NBBU, onbewust of bewust, toe te passen. In de enquête is tevens aan alle respondenten gevraagd of er (meer) ondersteuningsbehoefte is. Bijna driekwart van de respondenten (74%) geeft aan geen behoefte te hebben aan (meer) richtlijnen of hulp vanuit de NBBU. Deze antwoorden betreffen echter een eerste reactie. In de groepsgesprekken werden de respondenten er gaandeweg van bewust dat ze behoefte hadden aan duidelijkheid en concrete handvatten.

### Duidelijkheid

De respondenten die deel namen aan de groepsgesprekken deden dit enerzijds om hun antwoorden op de enquêtevragen toe te lichten en anderzijds om meer te weten te komen over de definitie van discriminatie en de rol die uitzendorganisaties hierbij moeten en kunnen innemen. Zoals in de voorgaande hoofdstukken naar voren is gekomen, is er voor medewerkers uit de uitzendbranche vaak sprake van een grijs gebied waarin het niet duidelijk is of het verzoek naar het persoonlijke kenmerk discriminerend is. De respondenten hebben behoefte aan opheldering en zien graag dat de NBBU concretiseert wat hij onder discriminerende verzoeken verstaat. Is de vraag naar een man voor een fysiek zware klus discriminatie? En wat is het verschil tussen diversiteitsmanagement en discriminatie?

Daarnaast is de verantwoordelijkheid van de uitzendbranche niet bij iedereen helder. Zo is het niet bij ieder bekend dat het honoreren van een discriminerend verzoek een vorm van discriminatie is. Ook de rol van de uitzendbranche in de strijd tegen discriminatie is een discussiepunt. De respondenten willen graag duidelijkheid over de positie van de uitzendbranche in het maatschappelijk probleem en wat er concreet van hen verwacht wordt.

### Praktische handvatten

De respondenten zien de opheldering graag vertaald in praktische handvatten. Zo is er een wens om een document te lezen met de procedure vanuit NBBU voor het aannemen van een verzoek, het plaatsen van de wervende advertentieteksten en het selecteren van kandidaten en wat daarbij wel en niet mag. Een ander voorbeeld is een (standaardtekst voor een) nieuwsbrief over het onderwerp discriminatie, die de uitzendorganisaties vervolgens naar opdrachtgevers kunnen doorsturen.

"Op die wijze ziet de klant dat niet alleen die ene werknemer of dat kleine uitzendbureau er zo over denkt, maar de hele branche er achter staat."

Ook is een standaardvragenlijst genoemd, waarmee werknemers van uitzendorganisaties de juiste vragen kunnen stellen aan opdrachtgevers om enerzijds de vraag van de opdrachtgever goed in beeld te krijgen en anderzijds de opdrachtgever te overtuigen van de correcte werkwijze.

Tot slot benadrukte een respondent dat het van belang is een positieve benadering te hanteren bij een maatschappelijk probleem als discriminatie.

*"Hoe meer we er negatief mee naar buiten zullen gaan treden hoe groter de kloof tussen probleem en oplossing uiteindelijk zal worden. (...) Het gaat hier om respect. Respect voor de vraag van de opdrachtgever en respect vanuit de opdrachtgever voor de werkwijze van de intercedent."*

### 4.3 Tussentijdse conclusie

Het standpunt van de NBBU is gelijk aan de wet en stelt dat discriminerende verzoeken nooit gehonoreerd mogen worden. De NBBU heeft een advies opgesteld hoe om te gaan met discriminerende verzoeken. Bijna alle respondenten (92%) geven aan het advies van de NBBU (onbewust of bewust) toe te passen. Daarnaast hebben respondenten behoefte aan duidelijkheid over de verschillende verschijningsvormen van discriminatie en de wijze waarop zij daarmee om moeten gaan. Daarbij hebben ze een vraag naar concrete handvatten, zoals:

- Een document waaruit helder wordt wat de NBBU verstaat onder discriminerende verzoeken en discriminerend handelen, waarin richtlijnen gegeven worden voor het aannemen van verzoeken, het plaatsen van wervende advertentieteksten en het selecteren van kandidaten.
- Een (standaardtekst voor een) nieuwsbrief over het onderwerp discriminatie, die de uitzendorganisaties vervolgens naar opdrachtgevers kunnen doorsturen.
- Een standaardvragenlijst waarmee werknemers van uitzendorganisaties de juiste vragen kunnen stellen aan opdrachtgevers om de vraag van de opdrachtgever goed in beeld te krijgen en hem te overtuigen van de correcte werkwijze.



## 5 Conclusies en aanbevelingen

### 5.1 Conclusies

#### Overzicht kwantitatieve uitkomsten

Algemeen	
Verhouding verzoeken met persoonlijke voorwaarden (N=140)	Gemiddeld bevat 24% van binnenkomende verzoeken (ook) een vraag om een uitzendkracht met specifieke persoonlijke kenmerken te leveren.
Zelf selecteren op persoonlijke kenmerken (N=140)	36% van de respondenten zegt zelf wel eens op persoonlijke kenmerken te selecteren, zonder dat de opdrachtgever daar naar vraagt.
2012	
Ontvangen verzoeken met persoonlijke voorwaarden (N=140)	83% van de respondenten die klantcontact hebben, ontving in 2012 gemiddeld 48 verzoeken om uitzendkrachten te leveren met specifieke persoonlijke kenmerken. Naar type kenmerk: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 85% naar leeftijd</li> <li>▪ 67% naar geslacht</li> <li>▪ 35% naar etniciteit</li> <li>▪ 8% naar geloof</li> </ul>
Werkwijze na ontvangst verzoek met persoonlijke voorwaarden (N=116)	86% van de respondenten die in 2012 een verzoek ontvingen om uitzendkrachten te leveren met specifieke persoonlijke kenmerken, vroeg allereerst naar de reden van het verzoek.
	62% van de respondenten die in 2012 een verzoek ontvingen om uitzendkrachten te leveren met specifieke persoonlijke kenmerken, zei tegen de opdrachtgever rekening te houden met het verzoek.
	58% van de respondenten die in 2012 een verzoek ontvingen om uitzendkrachten te leveren met specifieke persoonlijke kenmerken, hield bij de selectie rekening met het verzoek.
	42% van de respondenten die in 2012 een verzoek ontvingen om uitzendkrachten te leveren met specifieke persoonlijke kenmerken, hield in de selectie van kandidaten <i>geen</i> rekening met het verzoek van de opdrachtgever.
	30% van de respondenten die in 2012 een verzoek ontvingen om uitzendkrachten te leveren met specifieke persoonlijke kenmerken, presenteerde aan die opdrachtgever (ook) kandidaten die niet aan de gevraagde persoonlijke kenmerken voldeden.

Om sociaal wenselijke antwoorden te voorkomen, is in de enquête niet alleen naar de eigen ervaring maar ook naar het verwachte handelen van collega's/concurrenten gevraagd. De geschatte aantallen en percentages kwamen vrijwel overeen met die van de eigen ervaring. Er is daarom waarschijnlijk in beperkte mate sprake van sociaal wenselijke antwoorden.

### **Aard en omvang discriminerende verzoeken**

Het overzicht op de voorgaande pagina laat zien dat bijna alle respondenten die in 2012 klantcontact hadden verzoeken ontvingen om uitzendkrachten te leveren met specifieke persoonlijke kenmerken. Deze verzoeken ontvingen de respondenten van zowel nieuwe als vaste opdrachtgevers en van opdrachtgevers uit verschillende regio's. De verzoeken betreffen vaak een vraag naar een uitzendkracht van een bepaald geslacht of leeftijd, waarbij de sector waar de opdrachtgever zich bevindt van invloed lijkt. De vraag naar een bepaalde etniciteit of geloof komt minder vaak voor en lijkt niet gerelateerd aan een bepaalde sector en heeft vaker met de wens van een heterogene of juist homogene groep te maken.

Verreweg de meerderheid van de respondenten die in 2012 een dergelijk verzoek ontvingen, vroeg de opdrachtgever naar de reden van het verzoek. De meerderheid van de opdrachtgevers was van mening dat het gevraagde persoonlijke kenmerk bij de functie paste. Uit de toelichtingen die de opdrachtgevers gaven, kunnen we deze conclusie niet geheel onderschrijven en was er vaak toch sprake van statistische of institutionele discriminatie.

### **Omgaan met discriminerende verzoeken**

De tweede doelstelling van het onderzoek is inzicht bieden in de werkwijze van uitzendorganisaties bij discriminerende verzoeken. Meer dan de helft van de respondenten die in 2012 met een verzoek ontvingen om uitzendkrachten te leveren met specifieke persoonlijke kenmerken, honoreert het verzoek (62%) en houdt in de selectie van kandidaten rekening met het verzoek (58%). Een veelgenoemd argument om met het verzoek van de opdrachtgever mee te gaan, is dat de respondenten de vraag van de opdrachtgever begrijpen. Respondenten zien daarbij een grijs gebied, waarin verschillende verschijningsvormen van discriminatie niet als discriminatie worden beschouwd. Respondenten die *niet* meegaan met het verzoek van de opdrachtgever zijn het veelal oneens met het verzoek. Door in gesprek te gaan met de opdrachtgever proberen ze de opdrachtgever te overtuigen van een andere, correcte, werkwijze. De economische crisis, en daarmee de snelheid waarmee uitzendorganisaties moeten reageren op een binnenkomend verzoek, zorgt er echter voor dat de tijd soms onvoldoende is om dit gesprek aan te gaan.

### **Ondersteuningsbehoefte**

Het standpunt van de NBBU is gelijk aan de wet en stelt dat discriminerende verzoeken nooit gehonoreerd mogen worden. De NBBU heeft een advies opgesteld hoe om te gaan met discriminerende verzoeken. Bijna alle respondenten geven aan het advies (on)bewust toe te passen. Wel is er behoefte aan duidelijkheid over de verschillende verschijningsvormen van discriminatie en de wijze waarop zij daarmee om moeten gaan. Het 'grijze gebied' moet, met andere woorden, helder worden. Wat verstaat de NBBU onder discriminatie? En welke verantwoordelijkheid heeft de uitzendbranche in de strijd tegen discriminatie? De antwoorden op deze vragen zien de respondenten graag op papier terug, welke ze ook door kunnen sturen naar opdrachtgevers. Daarnaast is er behoefte aan een standaardvragenlijst om de exacte vraag van de opdrachtgever goed in beeld te krijgen en de opdrachtgever te overtuigen van de correcte werkwijze.

## 5.2 Aanbevelingen

### Helderheid geven voor het 'grijze gebied'

In het onderzoek is naar voren gekomen dat medewerkers uit de uitzendbranche een grijs gebied ervaren, waarin het niet duidelijk is of een verzoek naar het persoonlijke kenmerk discriminerend is. De respondenten hebben behoefte aan opheldering en zien graag dat de NBBU concretiseert wat zij onder discriminerende verzoeken verstaat. Is de vraag naar een man voor een fysiek zware klus discriminatie? En wat is het verschil tussen diversiteitsmanagement en discriminatie? Daarnaast is de verantwoordelijkheid van de uitzendbranche niet bij iedereen helder. Zo is het standpunt van de NBBU dat discriminerende verzoeken nooit gehonoreerd mogen worden, niet bij iedereen bekend. De rol die de uitzendbranche kan en dient in te nemen in strijd tegen discriminatie is een discussiepunt, waarin de NBBU een duidelijk standpunt bij moet innemen. Wat wordt er van een intercedent verwacht in het in het tegengaan van dit maatschappelijk probleem?

### Standpunten verspreiden

De respondenten zouden graag willen dat het 'grijze gebied' door de NBBU wordt opgeleverd door praktische handvatten te geven. De NBBU kan op basis van het al bestaande advies documenten maken en verspreiden waarin de standpunten van de NBBU over de aard van discriminatie en de rol van de uitzendbranche toegelicht worden met concrete voorbeelden. Deze informatie kan vervolgens verspreid worden onder NBBU-leden, die het vervolgens weer kunnen verspreiden onder opdrachtgevers. Op deze wijze staat een uitzendbureau sterker in zijn handelswijze bij een binnenkomend discriminerend verzoek. Het advies van de NBBU kan tevens geconcretiseerd worden in een soort stappenplan, waarmee de medewerkers van uitzendbureaus de juiste vragen kunnen stellen aan opdrachtgevers en hierdoor de vraag van de opdrachtgever goed in beeld krijgen en hem kunnen overtuigen van de correcte werkwijze.

### Onderzoek herhalen in de vorm van een 1-meting

In dit onderzoek is getracht de kennishiaten over discriminatie in de uitzendbranche te vullen door enerzijds te kijken naar de aard en omvang van discriminerende verzoeken en anderzijds naar de werkwijze van uitzendorganisaties bij het ontvangen van dergelijke verzoeken. Daarbij gaat het om discriminatie op verschillende persoonlijke kenmerken (zoals geslacht, leeftijd, etniciteit en geloof) en is er ook gekeken naar de redenen om het verzoek te honoreren.

Omdat dit onderzoek daardoor een breder gebied dan voorgaande onderzoeken naar discriminatie in de uitzendbranche bestrijkt, zijn de aantallen en percentages niet vergelijkbaar met eerdere bevindingen. Er is dan ook sprake van een 0-meting. Om veranderingen in de tijd te constateren, en de impact van het NBBU-beleid rondom discriminatie in de uitzendbranche, is het nodig om binnen een bepaalde tijd een 1-meting uit te voeren.





## Bijlage 1 Literatuurlijst

### Publicaties

Andriessen, Nievers, Faulk en Dagevos (SCP, 2010), *Liever Mark dan Mohammed? Onderzoek naar arbeidsmarktdiscriminatie van niet-westerse migranten via praktijktests.*

Andriessen, Nievers en Dagevos (SCP, 2012), *Op achterstand. Discriminatie van niet-westerse migranten op de arbeidsmarkt.*

Backer (2011), *Uitzendbureaus, gekleurde doorgeefluiken?*

Den Uyl, Choenni en Bovenkerk (1986), *Mag het ook een buitenlander wezen?*

Dinsbach en van Bon (Art. 1, 2012), *Gegevens en informatie over discriminatie: Onderzoeksmethodes en beschikbare bronnen in Nederland.*

Loeters (2011), *De klant is koning. Een onderzoek naar het honoreren van discriminerende verzoeken van werkgevers door intercedenten van uitzendbureaus in Nederland*

Meloen (1991), *Makkelijker gezegd. Een onderzoek naar de werking van een gedragscode voor uitzendbureaus ter voorkoming van discriminatie.*

Möbius (2013), *'Mystery Calling'.*

Nieuwenhuizen (2007), *Discriminatie etnische minderheden op de arbeidsmarkt.*

Nievers en Andriessen (SCP, 2010), *Discriminatiemonitor niet-westerse migranten op de arbeidsmarkt.*

### Internetsites

<http://www.amnesty.nl/mensenrechten/encyclopedie/discriminatie>

<http://www.encie.nl/definitie/Discriminatie>

<https://www.nbbu.nl/nieuwsbericht/nbbu-zet-op-voorlichting-om-discriminatie-uit-te-bannen>

<https://www.nbbu.nl/thema/discriminatie>

<http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/discriminatie/verbod-op-discriminatie>




## Bijlage 2 Vragenlijst

### Introductie

In opdracht van de Nederlandse Bond van Bemiddeling- en Uitzendondernemingen (NBBU) voert Panteia onderzoek uit naar de wijze waarop uitzendorganisaties omgaan met verzoeken van opdrachtgevers. Graag stellen we u daar een aantal vragen over. Het invullen van de vragenlijst duurt **ongeveer 10 minuten**.

### A. Achtergrondkenmerken

Allereerst stellen we vragen over een aantal achtergrondkenmerken.

1. Wat is uw functie?
  - Intercedent
  - Vestigingsmanager
  - Directeur
  - Anders, namelijk...
  
2. Maakt uw vestiging deel uit van een onderneming met meerdere vestigingen?
  - Nee
  - Ja  *"we vragen u deze vragenlijst in te vullen met informatie van uw eigen vestiging"*
  
3. Wat zijn de 4 cijfers van de postcode van uw vestiging:  
.....
  
4. In welke sector is uw uitzendorganisatie actief? *(meerdere antwoorden mogelijk)*
  - Alle sectoren (allround uitzendbureau)
  - Landbouw, jacht, bosbouw, visserij
  - Delfstofwinning, industrie, openbare voorzieningsbedrijven
  - Bouwnijverheid
  - Reparatie van consumentenartikelen
  - Detailhandel en winkelambacht
  - Groothandel
  - Horeca
  - Recreatie en vrije tijdsbesteding
  - Vervoer/ logistiek, opslag
  - PR en Communicatie
  - Verhuur
  - Zakelijke/ financiële dienstverlening
  - Onderwijs
  - Gezondheids- en welzijnszorg
  - Cultuur
  - Overige dienstverlening
  - Metaal en techniek
  - Agrarische sector
  - Andere sector(en), namelijk.....

5. In welke regio is uw uitzendorganisatie voornamelijk actief? (*meerdere antwoorden mogelijk*)
- Heel Nederland
  - Noord-Nederland (Groningen, Friesland, Drenthe)
  - Oost-Nederland (Overijssel, Gelderland)
  - West en Midden Nederland (Noord-Holland, Zuid-Holland, Flevoland, Utrecht)
  - Zuid-Nederland (Zeeland, Noord-Brabant, Limburg)
6. Hoeveel vaste medewerkers (intercedenten, managers, ondersteunend personeel, etc.) zijn er op uw vestiging werkzaam?
- < 10 FTE
  - 10-25 FTE
  - 25-50 FTE
  - 50-100 FTE
  - 100-250 FTE
  - 250-1000 FTE
  - > 1000 FTE
7. Kunt u een schatting maken van het aantal opdrachtgevers dat uw vestiging in 2012 heeft gehad? (*Wij hebben ervoor gekozen de term 'opdrachtgevers' te hanteren. Hiermee bedoelen we ook 'inleners', 'klanten', etc.*)
- <5
  - 5-10
  - 10-25
  - 25-50
  - 50-100
  - 100-250
  - >250
- ANTW=TRAP1
8. Kunt u een schatting geven van het aantal uitzendkrachten dat uw vestiging gemiddeld per week uitzendt?
- <10
  - 10-25
  - 25-50
  - 50-100
  - 100-250
  - 250-1000
  - > 1000

## B. Klantenbestand

Dit deel van de vragenlijst gaat in op uw klantenkring en de verhouding van vaste en nieuwe opdrachtgevers.

9. U gaf aan dat uw vestiging in 2012 ongeveer TRAP1 opdrachtgevers had. Kunt u aangeven welk deel hiervan vaste opdrachtgevers en welk deel nieuwe opdrachtgevers zijn?  
*Indien u niet exact het aandeel weet, geeft u een schatting van het percentage.*
- .....% vaste opdrachtgevers
- .....% nieuwe opdrachtgevers (indien ANTW= '0' →vraag 13)
10. Kunt u aangeven op welke wijze uw vestiging nieuwe opdrachtgevers krijgt?
- .....% via eigen acquisitie
- .....% opdrachtgevers zoeken zelf toenadering (indien ANTW= '0' →vraag 13)
11. Kunt u aangeven op welke wijze deze opdrachtgevers toenadering tot de vestiging zoeken?
- Door met het algemene nummer of (een van) de medewerkers te bellen (indien *niet* aangekruist → vraag 13)
- Door een e-mail te sturen naar het algemene e-mailadres of (een van) de medewerkers
- Door langs te komen bij de vestiging
- Anders, namelijk...
12. U gaf aan dat nieuwe opdrachtgevers (ook) telefonisch toenadering zoeken. Kunt u aangeven hoe vaak dat voorkomt?
- Dagelijks
- Wekelijks
- Maandelijks
- Jaarlijks
- Dat is langer dan een jaar geleden

## C. Werkwijze verzoeken van opdrachtgevers

Nu volgen er enkele stellingen over het afhandelen van binnenkomende verzoeken.

13. Had u in 2012 zelf contacten met opdrachtgevers?
- Ja
- Nee (→ alleen BLOK D, G en I)

14. Kunt u aangeven in welke mate de onderstaande stellingen voor u van toepassing zijn?

	Altijd	Meestal	Soms	Nooit
<b>Bij een binnenkomend verzoek van een opdrachtgever....</b>				
.....maak ik zelf de overweging of we aan het verzoek kunnen voldoen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
.....overleg ik met een collega en/of manager hoe het af te handelen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
.....maak ik eerst een afspraak voor een persoonlijke kennismaking	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Altijd	Meestal	Soms	Nooit
<b>Bij het zoeken naar een geschikte uitzendkracht...</b>				
....hou ik me strikt aan het verzoek van de opdrachtgever	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
....kijk ik ook naar uitzendkrachten die in eerste instantie niet voldoen aan de eisen van de opdrachtgever	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
.....heb ik eerst de werkplek bekeken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Altijd	Meestal	Soms	Nooit
<b>Bij de uiteindelijke selectie van een uitzendkracht....</b>				
.....passen alle kandidaten bij de eisen van de opdrachtgever	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
.....zijn er ook kandidaten die niet aan de eisen van de opdrachtgever voldoen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## D. Schatting omvang specifieke verzoeken

Opdrachtgevers kunnen bij intercedenten verzoeken neerleggen waarin ze uitzendkrachten vragen met specifieke persoonlijke kenmerken. Nu volgen enkele vragen waarin u een schatting kunt geven van de mate waarin deze verzoeken in de gehele uitzendbranche voorkomen.

15. Hoeveel van de 100 intercedenten krijgen volgens u te maken met verzoeken met specifieke persoonlijke kenmerken (leeftijd, geslacht, etniciteit, geloof, etc.)?

.....ANTW=TRAP1

16. Komen verzoeken van opdrachtgevers naar specifieke kenmerken vaker bij een bepaald soort uitzendbureau voor? *Meerdere antwoorden mogelijk*

- Ja, in de sector(en).....
  - Alle sectoren (allround uitzendbureau)
  - Landbouw, jacht, bosbouw, visserij
  - Delfstofwinning, industrie, openbare voorzieningsbedrijven
  - Bouwnijverheid
  - Reparatie van consumentenartikelen
  - Detailhandel en winkelambacht
  - Groothandel
  - Horeca
  - Recreatie en vrije tijdsbesteding
  - Vervoer/ logistiek, opslag
  - PR en Communicatie
  - Verhuur
  - Zakelijke/ financiële dienstverlening
  - Onderwijs
  - Gezondheids- en welzijnszorg
  - Cultuur
  - Overige dienstverlening
  - Metaal en techniek
  - Agrarische sector
  - Andere sector(en), namelijk.....
- Ja, in de regio(s).....
  - Noord-Nederland (Groningen, Friesland, Drenthe)
  - Oost-Nederland (Overijssel, Gelderland)
  - West en Midden Nederland (Noord-Holland, Zuid-Holland, Flevoland, Utrecht)
  - Zuid-Nederland (Zeeland, Noord-Brabant, Limburg)
- Nee, overal evenveel
- Weet ik niet

17. Hoeveel van deze TRAP1 intercedenten zullen tegen de opdrachtgever zeggen mee te gaan in het verzoek.

.....ANTW=TRAP2

18. Hoeveel van deze TRAP2 intercedenten zullen in de selectie van kandidaten rekening houden met deze specifieke wens van de opdrachtgever?

.....

Het is ook mogelijk dat intercedenten op persoonlijke kenmerken selecteren, zonder dat de opdrachtgever daar expliciet naar vraagt.

19. Hoeveel van de 100 intercedenten selecteert wel eens op persoonlijke kenmerken (zoals leeftijd, geslacht, etniciteit, geloof, etc.), zonder dat de opdrachtgever daar expliciet naar vraagt?

.....

### E. Specifieke verzoeken van opdrachtgevers

Nu volgen er enkele vragen over uw werkwijze bij vragen van opdrachtgevers

20. Opdrachtgevers kunnen bij hun vraag naar een uitzendkracht specifieke voorwaarden hebben. Kunt u aangeven in welke verhouding onderstaande verzoeken bij u/uw vestiging voorkomen? *Indien het niet voorkomt 0% invullen ; antwoorden hoeven niet op te tellen tot 100% omdat één vraag meerdere voorwaarden kan bevatten*

- a. ....% vraag bevat persoonlijke voorwaarden (bijvoorbeeld leeftijd, geslacht, etniciteit, geloof, etc.) (*indien 0% vraag 35*)
- b. ....% vraag bevat functiegerichte voorwaarden (bijvoorbeeld opleidingsniveau, werkervaring, woonomgeving, etc.)
- c. ....% vraag zonder voorwaarden (de opdrachtgever beschrijft alleen de werkzaamheden en laat de intercedent vrij om de juiste uitzendkracht voor openstaande vacature te vinden)

21. Is het aantal verzoeken naar persoonlijke voorwaarden (bijvoorbeeld leeftijd, geslacht, etniciteit, geloof, etc.) naar uw mening in de afgelopen jaren toe- of afgenomen?

- Afgenomen
- gelijk gebleven
- toegenomen

22. Komt de vraag naar persoonlijke voorwaarden naar uw mening vaker voor bij vaste of bij nieuwe opdrachtgevers?

- Alleen bij vaste opdrachtgevers
- Vaker bij vaste opdrachtgevers
- Zowel bij vaste als nieuwe opdrachtgevers
- Vaker bij nieuwe opdrachtgevers
- Alleen bij nieuwe opdrachtgevers



23. Kunt u aangeven hoe vaak u *zelf* in 2012 te maken heeft gehad met opdrachtgevers die naar een uitzendkracht vroegen met één of meer van onderstaande kenmerken: *Indien in 2012 niet voorgekomen, vul '0' in*
- a. Leeftijd. Ongeveer.....keer in 2012
  - b. Geslacht. Ongeveer.....keer in 2012
  - c. Etniciteit. Ongeveer.....keer in 2012
  - d. Geloof. Ongeveer.....keer in 2012
  - e. Andere specifieke kenmerken, zoals..... Ongeveer.....keer in 2012 (*indien a t/m e '0'*  *vraag 35*)

De volgende vragen gaan over de laatste keer dat een opdrachtgever naar een specifiek persoonlijk kenmerk vroeg.

24. Wanneer heeft u het laatst te maken gehad met een soortgelijke vraag?
- Minder dan een week geleden
  - Minder dan een maand geleden
  - Minder dan een halfjaar geleden
  - Minder dan een jaar geleden
  - Langer dan een jaar geleden
25. Kunt u aangeven naar welk(e) persoonlijk(e) kenmerk(en) gevraagd werd? *Meerdere antwoorden mogelijk*
- Leeftijd
  - Geslacht
  - Etniciteit
  - Geloof
  - Anders, namelijk.....
26. Heeft u gevraagd naar de reden waarom de opdrachtgever vroeg naar dit persoonlijke kenmerk van een uitzendkracht?
- Ja
  - Nee
27. Heeft de opdrachtgever een reden gegeven?
- Ja
  - Nee ( *vraag 29*)
28. Welke redenen gaf de opdrachtgever voor de vraag naar dit persoonlijke kenmerk? *Meerdere antwoorden mogelijk*
- Slechte ervaring met deze doelgroep
  - Goede ervaring met deze doelgroep
  - Wil een homogene groep werknemers
  - Wil meer diversiteit in groep werknemers
  - Negatieve berichtvorming vanuit media/omgeving
  - Positieve berichtvorming vanuit media/omgeving
  - Uitzendkrachten met deze persoonlijk(e) kenmerk(en) kunnen de werkzaamheden beter uitvoeren
  - Uitzendkrachten *zonder* deze persoonlijk(e) kenmerk(en) kunnen de werkzaamheden beter uitvoeren
  - Anders, namelijk.....

29. Wat was vervolgens uw directe antwoord op het verzoek?
- Dat ik me in het verzoek kon vinden en er in de selectie van kandidaten rekening mee zou houden.
  - Dat ik me in het verzoek kon vinden, maar er in de selectie van kandidaten geen rekening mee zou houden.
  - Dat ik me niet in het verzoek kon vinden, maar er in de selectie van kandidaten rekening mee zou houden.
  - Dat ik me niet in het verzoek kon vinden en er in de selectie van kandidaten geen rekening mee zou houden.
30. Heeft u vervolgens bij de selectie van de kandidaten rekening gehouden met het verzoek?
- Ja, ik heb rekening gehouden met het verzoek (en alleen gekeken naar kandidaten met/zonder het persoonlijke kenmerk)
  - Nee, ik heb geen rekening gehouden met het verzoek. (☛vraag 32)
31. Om welke reden(en) heeft u rekening gehouden met het verzoek? Meerdere antwoorden mogelijk
- Ik was bang de opdrachtgever kwijt te raken
  - Ik ga altijd mee met het verzoek van een opdrachtgever
  - Mijn bestand van uitzendkrachten sluit aan bij het verzoek van de opdrachtgever
  - Ik zou zelf ook op dit/deze persoonlijk(e) kenmerk(en) selecteren
  - Na uitleg van de opdrachtgever kon ik deze vraag begrijpen
  - Anders, namelijk...
- (☛vraag 34)
32. Heeft u vervolgens een kandidaat gepresenteerd die niet aan de gevraagde persoonlijke kenmerken voldeed?
- Ja
  - Nee (☛vraag 34)
33. Is deze kandidaat uiteindelijk geplaatst?
- Ja
  - Nee
34. Indien u behoefte heeft uw voorgaande antwoorden toe te lichten, kunt u dat in onderstaande tekstbox kwijt.

## F. Zelf selecteren op persoonlijke kenmerken

35. Heeft u zelf wel eens op persoonskenmerken geselecteerd, zonder dat dit de vraag van de opdrachtgever was? *Denk aan leeftijd, geslacht, etniciteit, geloof.*

- Ja
- Nee
- Weet ik niet

36. Op welk(e) kenmerk(en) heeft u de laatste keer dat dit voorkwam, geselecteerd? *Meerdere antwoorden mogelijk*

- Leeftijd
- Geslacht
- Etniciteit
- Geloof
- Anders, namelijk.....

37. Om welke reden(en) heeft u de laatste keer dat dit voorkwam, op dit/deze persoonlijk(e) kenmerk(en) geselecteerd? *Meerdere antwoorden mogelijk*

- Ik weet dat de opdrachtgever toch wel op dit/deze persoonlijk(e) kenmerk(en) selecteert
- Past beter bij de vacature
- Ik selecteer altijd op dit persoonlijke kenmerk
- Anders, namelijk.....

38. Indien u behoefte heeft uw voorgaande antwoorden toe te lichten, kunt u dat in onderstaande tekstbox kwijt.

## G. Advies van NBBU

De NBBU heeft voor haar leden een advies opgesteld hoe om te gaan met verzoeken naar specifieke persoonlijke kenmerken. Het advies is gebaseerd op de volgende vijf principes:

- 1) Wees voorbereid
- 2) Oordeel niet, stel vragen
- 3) Overtuig met argumenten en voorbeelden
- 4) Vraag vertrouwen
- 5) Neem uw verantwoordelijkheid

39. Bent u bekend met dit advies?

- Ja, en ik pas het ook toe
- Ja, maar ik pas het niet toe
- Nee, maar ik pas het (onbewust) wel toe
- Nee, en ik pas het niet toe

40. Wordt er in uw vestiging gesproken over hoe om te gaan met verzoeken naar persoonlijke kenmerken?

- Ja
- Nee
- Weet ik niet

41. Heeft u behoefte aan (meer) richtlijnen en/of hulp vanuit de NBBU hoe om te gaan met soortgelijke verzoeken?

- Ja
- Nee
- Weet ik niet

## H. Tot slot...

De NBBU gaat een klankbord vormen waarin er doorgesproken wordt over het omgaan met verzoeken van vaste of nieuwe opdrachtgevers en, meer specifiek, verzoeken naar persoonlijke kenmerken.

42. Bent u bereid deel te nemen aan deze klankbordgroep (met andere NBBU-leden) over het omgaan met lastige verzoeken van vaste of nieuwe opdrachtgevers?

- Ja
- Nee (☛ vraag 43)

Naam: ..... Adres vestiging: ..... Huisnummer: .....  
Postcode: ..... Telefoonnummer: .....

## Bijlage 3 Achtergrondkenmerken respondenten

**Tabel B3.1** Functie (N=152)

	Aantal	%
Intercedent	52	34%
(Vestiging)manager	38	25%
Directeur	48	32%
Facilitair medewerker	11	7%
Anders, namelijk:	3	2%

Bron: Panteia, 2013

**Tabel B3.2** Sector (Meerdere antwoorden mogelijk, N=152)

	Aantal	%
Alle sectoren (allround uitzendorganisatie)	36	24%
Landbouw, jacht, bosbouw, visserij	10	7%
Delfstofwinning, industrie, openbare voorzieningsbedrijven	19	13%
Bouwnijverheid	39	26%
Reparatie van consumentenartikelen	2	1%
Detailhandel en winkelambacht	6	4%
Groothandel	10	7%
Horeca	17	11%
Recreatie en vrije tijdsbesteding	5	3%
Vervoer/ logistiek, opslag	54	36%
PR en Communicatie	6	4%
Verhuur	3	2%
Zakelijke/ financiële dienstverlening	30	20%
Onderwijs	1	1%
Gezondheids- en welzijnszorg	13	9%
Cultuur	2	1%
Overige dienstverlening	16	11%
Metaal en techniek	50	33%
Agrarische sector	22	14%
Andere sector(en), namelijk:	2	1%

Bron: Panteia, 2013

**Tabel B3.3** Regio (Meerdere antwoorden mogelijk, N=152)

	Aantal	%
Heel Nederland	53	35%
Noord-Nederland (Groningen, Friesland, Drenthe)	19	13%
Oost-Nederland (Overijssel, Gelderland)	18	12%
West en Midden Nederland (Noord-Holland, Zuid-Holland, Flevo)	62	41%
Zuid-Nederland (Zeeland, Noord-Brabant, Limburg)	25	16%

Bron: Panteia, 2013

**Tabel B3.4** Aantal vaste medewerkers (N=152)

	aantal	%
minder dan 5 FTE	81	53%
5-10 FTE	35	23%
10-15 FTE	15	10%
15-20 FTE	6	4%
20-25 FTE	6	4%
25-30 FTE	3	2%
30-35 FTE	2	1%
35-40 FTE	1	1%
40-45 FTE	1	1%
meer dan 50 FTE	2	1%

Bron: Panteia, 2013

**Tabel B3.5** Aantal opdrachtgevers in 2012 (N=152)

	aantal	%
minder dan 10	13	9%
10-20	23	15%
20-30	14	9%
30-40	24	16%
40-50	24	16%
50-60	8	5%
60-70	7	5%
70-80	6	4%
80-90	4	3%
90-100	7	5%
meer dan 100	22	14%

Bron: Panteia, 2013

**Tabel B3.6** Gemiddeld aantal uitgezonden uitzendkrachten per week (N=152)

	aantal	%
minder dan 10	7	5%
10-20	10	7%
20-30	20	13%
30-40	21	14%
40-50	21	14%
50-60	7	5%
60-70	6	4%
70-80	5	3%
80-90	3	2%
90-100	7	5%
meer dan 100	45	30%

Bron: Panteia, 2013

## Bijlage 4 Advies NBBU bij discriminatie

Zie: <https://www.nbbu.nl/thema/discriminatie>

### 1) Wees voorbereid

- Bespreek de mogelijkheid van discriminerende verzoeken in uw team. Bepaal uw standpunt en communiceer dit helder naar alle medewerkers, zodat er geen enkel misverstand bestaat over hoe uw bureau met discriminerende verzoeken omgaat.
- Bespreek uitgebreid welke stereotype beelden en vooroordelen kunnen heersen. Hierbij gaat het om alle stereotyperingen ten aanzien van etnische achtergrond, geslacht, leeftijd en lichamelijke beperkingen en hoe deze, expliciet en impliciet, geuit worden.
- Bereid uw medewerkers praktisch voor op discriminerende verzoeken. Dan worden ze niet overvallen als een discriminerend verzoek gedaan wordt. Laat hen de ophanden zijnde NBBU-training volgen of doe als team rollenspellen.
- Als u te maken hebt (gehad) met discriminerende verzoeken, bespreek deze dan tijdens het teamoverleg. Zo weet iedereen ervan en kan iedereen ervan leren.

### 2) Oordeel niet, stel vragen

- Ga er vanuit dat het geen discriminatie is die de vrager drijft, maar onwetendheid, onervarenheid met (de voordelen van) diversiteit of een concrete negatieve ervaring. Aan een discriminerend verzoek ligt vrijwel nooit de pure intentie om te discrimineren ten grondslag. De inlener heeft een (of meer) negatieve ervaring(en) opgedaan of is gevoelig voor negatieve beeldvorming, die geleid heeft tot een stereotype beeld van een groep mensen. Bestempel de opmerking van een inlener dus niet meteen als discriminerend, schrik er niet van en schiet niet in de verdediging. U weet nog niet om welke reden deze vraag gesteld wordt. Trap niet in dezelfde valkuil als uw inlener, door uit te gaan van eigen, te snelle aannames.
- Stel open vragen om te achterhalen waarom de inlener zijn discriminerende verzoek doet. Heeft deze inderdaad een negatieve ervaring opgedaan? Wat ging er mis, hoe kwam dat, waar lag het aan en hoe had het voorkomen kunnen worden? Is deze ervaring inderdaad relevant en steekhoudend voor de functie en de kandidaat die u gaat zoeken? Door dóór te vragen, krijgt u een steeds scherper beeld van de noodzakelijke en relevante eisen die aan de functie worden gesteld. Doe er uw voordeel mee en neem geen genoegen met onduidelijke antwoorden.
- Let op: vraag door op de bedrijfscultuur. Hoe wordt binnen de organisatie omgegaan met discriminatie? Vorm u daarvan een goed beeld waar uw eigen kandidaten hun voordeel mee kunnen doen. Plaatsen is één, ervoor zorgen dat uw kandidaat de juiste omgeving en kansen krijgt om optimaal te functioneren, is twee. Beide zijn mede uw verantwoordelijkheid.

### 3) Overtuig met argumenten en voorbeelden

- Benadruk dat het uw uitdaging is om voor uw inlener de perfecte match te vinden tussen functie en kandidaat. Dat is immers altijd uw streven bij de screening van geschikte kandidaten. Hierbij houdt u rekening met alle noodzakelijke en relevante eisen die aan de functie gesteld worden. Daar mag de inlener op vertrouwen.
- Vertel uw inlener hoe deze zichzelf te kort doet en kansen laat schieten. Onnodige drempels belemmeren wellicht juist de beste kandidaat om zich te presenteren voor de functie. Geef hierbij voorbeelden.

- Overtuig uw inlener met voorbeelden van succesvolle plaatsingen van personen die hij wil uitsluiten. Vertel over een ervaring waarbij een inlener dezelfde aarzelingen had, hoe u daarmee bent omgegaan, wie u heeft voorgesteld en welk resultaat dit de betreffende inlener uiteindelijk opleverde. Werkt de betreffende persoon inmiddels voor een langere, vaste periode bij uw inlener? Vertel erover. Goede (echte!) praktijkvoorbeelden overtuigen.

#### **4) Vraag vertrouwen**

- Is de inlener nog niet overtuigd, vraag hem u het voordeel van de twijfel te geven. Benadruk nogmaals dat uw doel is het beste resultaat te behalen voor de inlener. Dat is uw werk, daar leeft u van. U heeft hetzelfde belang als de inlener, namelijk de meest geschikte persoon vinden voor de functie. Daar bent u beide het meest bij gebaat.
- Eindig het gesprek met nogmaals te benadrukken dat u kwaliteit levert en het optimale wilt bereiken voor uw klant. Dit betekent dat u de kandidaten met de beste papieren zult voorstellen, ongeacht geslacht, leeftijd, lichamelijke beperkingen of seksuele geaardheid. Omdat een Achmed of Fatima met betere kwalificaties uw inlener meer oplevert dan een minder gekwalificeerde Jan of Annet. Daar gaat het om.

#### **5) Neem uw verantwoordelijkheid**

Gaat de inlener niet akkoord of merkt u later in het traject dat discriminerende overwegingen een rol blijven spelen, dan is het aan u om uw conclusies te trekken.

Het standpunt van de NBBU (en de wet!) luidt dat discriminerende verzoeken nooit gehonoreerd mogen worden. Dit is onethisch en strafbaar. Aan u de uitdaging om alles uit de kast te halen om uw inlener te overtuigen van uw expertise, zodat hij weet dat hij erop kan vertrouwen dat hij altijd de beste gekwalificeerde persoon krijgt voor de functie.



Panteia  
Bredewater 26  
PO BOX 7001  
2701 AA Zoetermeer  
The Netherlands  
tel: +31 79 343 01 00  
fax: +31 79 343 01 01  
info@panteia.nl  
www.panteia.nl

