



**Etudes de marché • Audits de qualité • Mystery shopping/calling/mailling.
Marktonderzoeken • Kwaliteitsaudits • Mystery shopping/calling/mailling.**

Retrouvez les services de notre société / Vind de diensten van onze organisatie **Martine Constant Consulting Group:**
Audit et consultance en marketing stratégique • Télémarketing • Formation/coaching.
Audits en advies in strategische marketing • Telemarketing • Opleiding/coaching.

Onderzoek naar de voorwaarden voor het succes van het verwelkomen van stagiairs binnen de Brusselse KMO's en ZKO's - 2016 -

CCM-CESRBC

Kamer van Middenstand – Economische en
Sociale Raad binnen het Brussels Hoofdstedelijk
Gewest

www.martineconstant.com

BRUSSELS: 02 534 45 15 • LIEGE: 04 274 60 00 • ANTWERPEN: 03 236 73 03 • mcpqualityservices@martineconstant.com



Inhoud

Inleiding

Steekproef en profiel van de organisaties / ondervraagde ondernemers

Ontvangen van stagiairs

Imago en redenen

De actoren en de selectie van stagiairs

De ervaring en succesfactoren

De belemmeringen en hefboomen

Besluit

Context en doelstelling

Het on-the-job leren is vooral voor jongeren onder 25 jaar een belangrijke sleutel voor professionele integratie.

Gezien de Brusselse economie grotendeels uit KMO's en ZKO's is samengesteld hebben de werkgevers een belangrijke rol in termen van opleiding. De realiteit toont nochtans aan dat de beschikbare opleidingen tegenwoordig niet volstaan om aan de door de publieke autoriteiten en de sociale partners nagestreefde doelstellingen te beantwoorden.



Vandaar is het cruciaal om de Brusselse KMO's en ZKO's te bevragen om zo:

- de perceptie van de bedrijfswereld over opleidingen binnen organisaties te meten.
- de motivatie en eventuele belemmeringen voor het gebruik van opleidingen te kennen en dit zowel in het algemeen als in de organisaties.
- de verwachtingen en behoeften van bedrijven in termen van begeleiding, omkadering en het verloop van de stages te evalueren.

De operationele doelstelling is het opzetten van begeleiding en ondersteuning om het aantal opleidingsplaatsen en de deelname van KMO's en ZKO's tot het stage-instrument te verhogen.

Deze studie is nieuw voor zover het stageconcept in brede zin wordt beschouwd om zo te antwoorden op de perceptie van de ondernemers. De antwoorden zijn opgedeeld volgens 3 circuits die voldoen aan de uiteenlopende realiteit: onbetaalde schoolstages (onderwijs, universiteit,...), alternerend leren (leerovereenkomst, KMO-stage).

Algemene methodologie: van kwantitatief naar kwalitatief

- Informatie over de verwachtingen, behoeften, belemmeringen en motivaties van KMO/ZKO's verkrijgen is het belangrijkste doel van het onderzoek. Wij hebben hiervoor gebruik gemaakt van een methode die op efficiënte wijze zorgt voor kwantitatieve (specifieke maatregelen die kunnen veralgemeend worden naar het volledige doelgroep) en kwalitatieve elementen (een overvloed aan gedetailleerde informatie om nauwkeurig de strategische keuzes te maken).
- De methode combineert twee complementaire benaderingen:
 - A/ Een kwantitatieve benadering, om ondernemingen te bevragen op basis van een representatieve steekproef.
 - B/ Een individuele face-to-face benadering bij een beperkt aantal ondernemingen dat toelaat diepgaander naar de behoeften en verwachtingen te gaan bevragen en uitvoerbare manieren in te zetten om de via de kwantitatieve benadering de geïdentificeerde knelpunten op te heffen.
- De resultaten van deze twee benaderingen worden in dit rapport voorgesteld.
 - De kwantitatieve resultaten zijn rechts boven aangeduid met het symbool 
 - De kwalitatieve resultaten zijn rechts boven aangeduid met het symbool 

Methodologie van de kwantitatieve bevraging



- **METHODOLOGIE IN TWEE STAPPEN:**

1. **Een contact via e-mail:** elke respondent waarvan we in het bezit waren van een e-mailadres stuurden we een e-mail die in overleg met het CCM werd gemaakt. Deze e-mail bevatte een link naar de enquête. Om de zichtbaarheid van het onderzoek en de responsgraad te maximaliseren werd deze link ook verspreid via de organisaties die door het CCM vertegenwoordigd zijn. Een herinnering werd verstuurd op D+4 en D+8.
 2. Met het oog op een maximale responsgraad (zeer laag via e-mail) en op de representativiteit van de steekproef werd ook **telefonisch contact** gemaakt om de ondernemingen eraan te herinneren dat ze na D+8 nog niet geantwoord hadden en werd hen voorgesteld om de enquête via onze teleconsultanten telefonisch in te vullen. Deze oproepen werden tijdens de dag en tijdens de week (van maandag tot en met vrijdag) uitgevoerd.
- De enquête had een gemiddelde doorlooptijd van gemiddeld 12 minuten.
 - 353 enquêtes werden ingevuld in juni/juli 2016, waarvan 300 via telefoon. Sommige online enquêtes waren onvolledig waardoor het globale minimum voor analyse 313 bedraagt.

www.martineconstant.com

Methodologie van de kwalitatieve bevraging



- In de kwantitatieve enquête werd gevraagd of de respondent wou instemmen om één van ons onderzoekers face-to-face te ontmoeten.
- Op basis van alle positieve reacties en volgens de gegeven antwoorden en het ondernemersprofiel werden de ondernemingen voor een face-to-face bevraging geselecteerd.
- Onze onderzoekers maakten vervolgens een afspraak met de geselecteerde ondernemer en werd zo een face-to-face interview op de werkplek (zodoende hen niet te verplichten tot een verplaatsing) uitgevoerd.
- Deze individuele gesprekken duurden gemiddeld 30 minuten tot 1 uur.
- 30 individuele interviews werden uitgevoerd tijdens de maanden juli en augustus 2016.

Timing

	Week 9	Week 10	Week 11	Week 12	Week 13	Week 14	Week 15	Week 16	Week 17	Week 18	Week 19	Week 20	Week 21	Week 22	Week 23	Week 24	Week 25	Week 26	Week 27	Week 28	Week 29	Week 30	Week 31	Week 32	Week 33	Week 34	Week 35
Situieren van het kader																											
1 ^e voorbereidende vergadering			■																								
Opmaak van de database				■																							
Vorbereiding																											
Opmaak van de vragenlijst				■	■	■	■	■																			
Selectie van de onderzoekers																											
Pilootfase																											
Opzetten informatica																											
Briefen van het team																											
Realiseren van de kwantitatieve enquêtes																											
Versturen van de e-mail + herinnering																											
Uitvoering van de telefonische enquêtes																											
Realiseren van de kwalitatieve enquêtes																											
Opmaak van de handleiding voor de interviews																											
Werving en briefing van de onderzoekers																											
Uitvoeren van face-to-face interviews																											
Analyse en rapportering																											
Analyse																											
Opmaak van het rapport en de aanbevelingen in Frans en Nederlands																											

Inleiding

Steekproef en profiel van de organisaties / ondervraagde ondernemers

Ontvangen van stagiairs

Imago en redenen

De actoren en de selectie van stagiairs

De ervaring en succesfactoren

De belemmeringen en hefboomen

Besluit

Kwantitatieve bevroagde steekproef - Representativiteit



Postcode	
1000	16%
1030	6%
1040	4%
1050	13%
1060	4%
1070	10%
1080	4%
1081	1%
1082	1%
1083	1%
1090	2%
1140	4%
1150	3%
1160	4%
1170	3%
1180	12%
1190	5%
1200	4%
1210	2%

BEDRIJFSTAK	
GROOT- EN DETAILHANDEL	32%
AUTOMOBIEL	3%
GESPECIALISEERDE ACTIVITEITEN, WETENSCHAPPELIJK EN TECHNISCH	1%
ACCOMMODATIE EN RESTAURATIE	3%
KUNST, SPEKTAKEL EN RECREATIEVE ACTIVITEITEN	11%
BOUWNIJVERHEID	7%
GEZONDHEID EN SOCIALE ACTIVITEITEN	7%
ADMINISTRATIEVE DIENSTEN EN ONDERSTEUNING	0%
ACTIVITEITEN MBT ONROERENDE GOEDEREN	1%
VERWERKENDE INDUSTRIE	7%
INFORMATIE EN COMMUNICATIE	12%
VERVOER EN OPSLAG	2%
OVERIGE DIENSTVERLENENDE ACTIVITEITEN	2%
FINANCIELE ACTIVITEITEN EN VERZEKERINGEN	7%
ONDERWIJS	2%
HUISHOUDELIJKE ACTIVITEITEN IN WERKGEVERSVERBAND, ONGEDIFFERENTIEERDE HUISHOUDELIJKE ACTIVITEITEN ZIJNDE PRODUCTENTEN VAN GOEDEREN EN DIENSTEN VOOR EIGEN GEBRUIK	0%
ACTIVITEITEN VAN EXTRA-TERRITORIALE ORGANISATIES	0%
OPENBAAR BESTUUR EN DEFENSIE, VERPLICHTE SOCIALE VEILIGHEID	2%
LANDBOUW, BOSBOUW EN VISSERIJ	0%
WINNING EN DISTRIBUTIE VAN WATER, AFVAL- EN AFVALWATERBEHEER EN SANERING	1%
PRODUCTIE EN DISTRIBUTIE VAN ELECTRICITEIT, GAS, STOOM EN GEKOELDE LUCHT	0%
WINNINGINDUSTRIEEN	0%
ANDERE	2%

Bedrijfs grootte	
0 werknemers	4%
ZKO (1 tot 9 werknemers)	51%
KMO (10 tot 49 werknemers)	45%

- De ondervraagde steekproef is representatief voor de ZKO/KMO's van de regio Brussel op de geografische spreiding en het overgrote deel van de sectoren (Merk op dat er een kleine ondervertegenwoordiging is voor de horecasector die minder bereikbaar is valt).
- Met betrekking tot de grootte van de bedrijven ondervraagden we een vergelijkbaar deel van de ZKO/KMO's om vergelijkende analyses te kunnen uitvoeren: een herstelling van deze variabele werd niet uitgevoerd gezien een te groot aantal respondenten tot een gewicht van 0 diende herleid te worden wat een buitengewoon verlies aan inhoud zou betekenen.
- De resultaten van dit onderzoek kunnen daarom veralgemeend worden met een foutenmarge van 5,2% en met een betrouwbaarheidsniveau van 95%.

www.martineconstant.com

Kwantitatieve bevroagde steekproef - Profiel van de respondenten



- Een behoorlijke verdeling van mannen en vrouwen.
- 1/3^e van de respondenten zijn personen onder de 45 jaar, 1/3^e tussen 45 en 54 jaar en 1/3^e zijn 55 jaar of ouder
- Gemiddeld hebben de leidinggevenden een anciënniteit van 15 jaar in hun functie binnen het bedrijf en 17 jaar in alle ondernemingen samengenomen.

<i>Sinds hoeveel jaar leidt u een organisatie (alle organisatie die u geleid hebt samen)?</i>	
Respondent	296
<i>Gemiddeld</i>	<i>17,264</i>
Minimum	1
Maximum	60

GENDER	
Man	49%
Vrouw	51%
Totaal respondenten	100%

<i>Sinds hoeveel jaar leidt u de huidige organisatie?</i>	
Respondent	296
<i>Gemiddeld</i>	<i>15,159</i>
Minimum	1
Maximum	58

LEEFTIJD	
25-34 jaar	10%
35-44 jaar	24%
45-54 jaar	34%
55+	32%
Totaal respondenten	100%

Inleiding

Steekproef en profiel van de organisaties / ondervraagde ondernemers

Ontvangen van stagiairs

Imago en redenen

De actoren en de selectie van stagiairs

De ervaring en succesfactoren

De belemmeringen en hefboomen

Besluit

Presentatie van de kwantitatieve resultaten – significante verschillen



- Alle waargenomen verschillen zijn niet altijd even belangrijk. Dit geldt nog meer gezien de omvang van de steekproef klein is.
- De Chi2 test identificeert de « echte » verschillen tussen de groepen
 - Om optimaal te zijn is het wenselijk dat de test wordt uitgevoerd met een minimum van 30 respondenten per groep.
 - In dit rapport werden de gegevens systematisch gekruist met de vraag « stagetype » (schoolstage / alternerende opleiding / stage voor werkzoekenden) om aan te kunnen tonen of de globale antwoorden afhangen van het type stage.



Geeft aan dat de waarde in het groen significant hoger is dan andere waarden waarmee ze vergeleken worden (met een waarschijnlijkheid van min 90%).



Geeft aan dat de waarde in het rood significant lager is dan de waarden waarmee ze vergeleken worden (met een waarschijnlijkheid van min 90%).

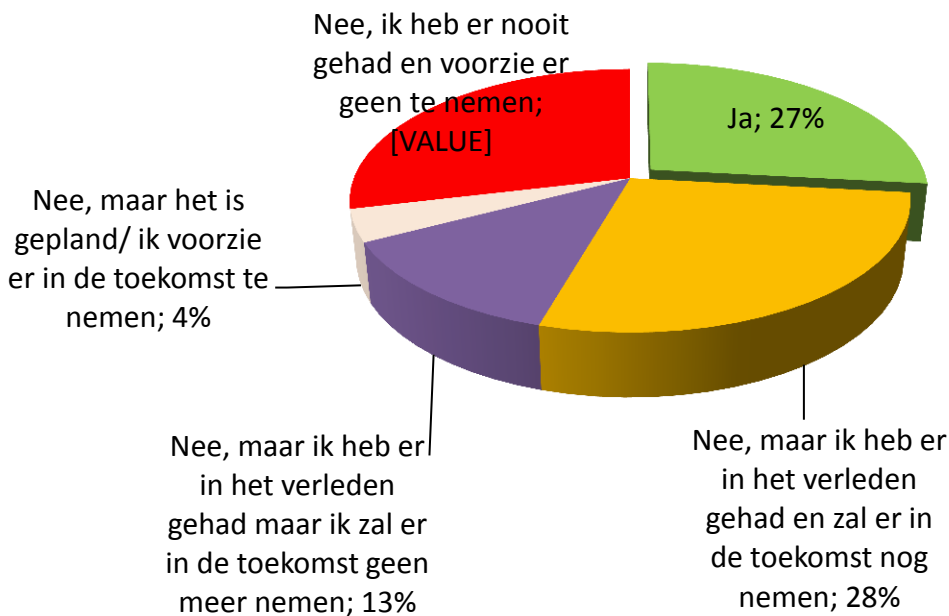
Ontvangst van stagiairs



Q1 Heeft u op dit moment één of meerdere stagiairs in uw organisatie?

- 3 op 10 ZKO/KMO hebben momenteel één of meerdere stagiairs. Anderzijds heeft hetzelfde percentage nog nooit één gehad en voorziet er ook geen te nemen. Voor de anderen, 3 op 10 geeft er geen/geen meer maar voorziet er in de toekomst wel te nemen. Tenslotte 1 op 10 heeft er in het verleden al gehad maar voorziet er geen gebruik meer van te maken.
- Tenslotte wenst 42% geen stagiairs (meer) te verwelkomen ten opzichte van 58% die dit wel wenst te doen: ZKO zijn over het algemeen minder dan de KMO geneigd om stagiairs te verwelkomen.

Alle respondenten (n=313)



	ZKO (1 tot 9)	KMO (10 tot 49)
% Kolom		
Ja	- - - 27 18%	+++ 46 35%
Nee, maar ik heb er in het verleden gehad en ik zal er in de toekomst nog nemen	- 33 22%	+ 43 32%
Nee, maar ik heb er in het verleden gehad maar ik zal er in de toekomst geen meer nemen	. 24 16%	. 17 13%
Nee, maar het is gepland/ik voorzie om er in de toekomst te nemen	. 7 5%	. 5 4%
Nee, ik heb er nooit gehad en ik voorzie er geen te nemen	+++ 61 40%	- - - 22 17%
Totaal	152	133

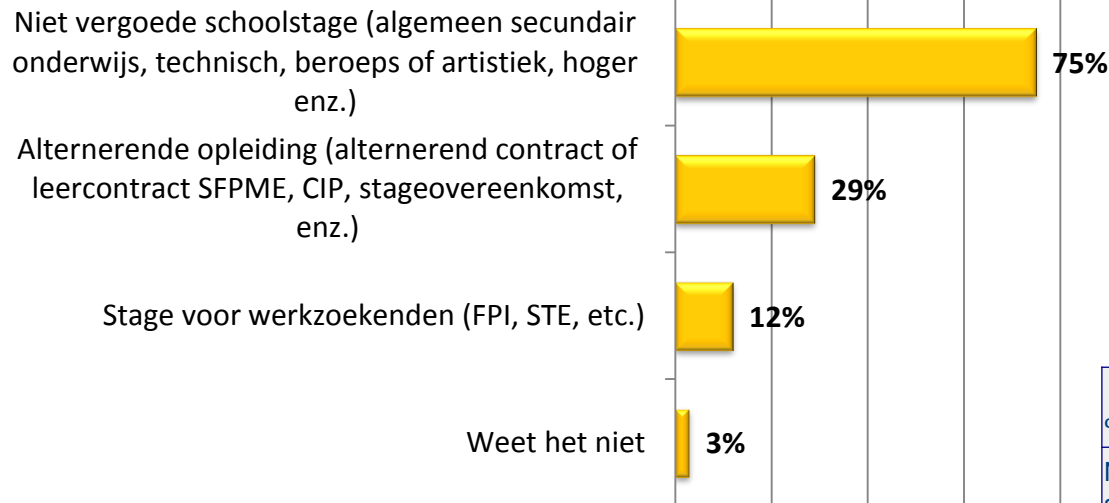
Stagetypes



Q2a Over wat soort stage(s) gaat het (ging het of zal het gaan)?

- De onbetaalde schoolstages zijn globaal gezien het meest gebruikt gezien 75% van de ZKO/KMO die reeds stagiairs ontvangen hebben/zullen ontvangen voorzien er opnieuw gebruik van te maken/hebben er opnieuw gebruik van gemaakt, ten opzichte van 29% voor de alternerende opleidingen en 12% voor de stages voor werkzoekenden.
- Merk op dat:
 - Bedrijven die geen stagiairs meer wensen te ontvangen hebben ten opzichte van andere bedrijven in het verleden meestal schoolgaande stagiairs gehad en minder vaak alternerend stagiairs -> minder motiverende/interessante schoolstages voor de bedrijven?
 - Leidinggevenden die van meer anciënniteit binnen hun functie genieten ontvangen gemakkelijker stagiairs met alternerende opleiding of leerovereenkomst.

Alle respondenten die een stagiair hebben / wensen / gehad hebben (n=224)



- Alternerende opleidingen worden voornamelijk gebruikt in de automobiel- (86%) en de bouwsector (54%)
- De stages voor WZ hebben voornamelijk betrekking op de handel (19%) en de kunst en recreatieve activiteiten (20%)

ONTVANGST	Heeft op dit moment een stagiair	Nee, maar voorziet dit in de toekomst	Nee, heeft er gehad maar wil er geen meer
% Kolom			
Niet vergoede schoolstage	. 61 73%	. 72 73%	+ 34 83%
Alternerende opleiding	. 27 33%	. 33 34%	- - 5 12%
Stage voor werkzoekenden	. 10 12%	. 10 10%	6 15%

ANCIENITEIT	1 tot 5 jaar	6 tot 15 jaar	16 tot 25 jaar	26 en +
% Kolom				
Niet vergoede schoolstage	+ 41 84%	. 37 77%	. 43 74%	- 37 66%
Alternerende opleiding	. 9 18%	. 17 35%	. 13 22%	+ 23 41%
Stage voor werkzoekenden	. 5 10%	. 5 10%	. 8 14%	. 8 14%

Verwelkomen van stagiairs in tijd

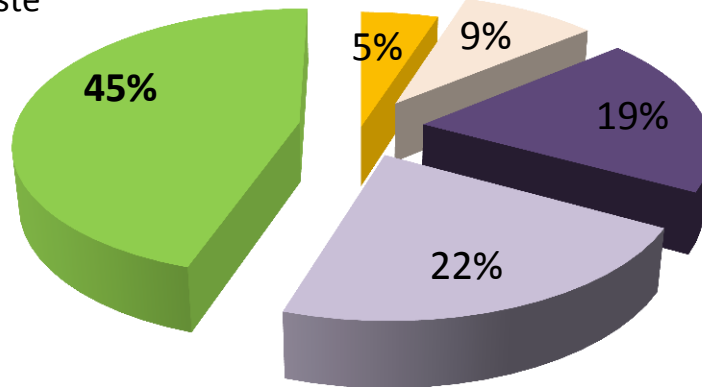


Q6– Sinds hoeveel jaar aanvaardt uw organisatie stagiairs?

- 45% van de bedrijven die al een stagiair gehad hebben doen dit gedurende meer dan 10 jaar en 22% gedurende 6 tot 10 jaar, zelfs indien zij dat niet elk jaar doen. Dit resultaat is uiteraard positief gecorreleerd met de leeftijd van de leidinggevende en de anciënniteit van het bedrijf.
- Merk op dat:
 - De leidinggevende bij ZKO doet in 42% dienst als begeleider versus 24% bij KMO. Omgekeerd maakt 68% van de KMO gebruik van een niet-gecertificeerde werknemer versus 53% bij de ZKO.
 - Er zijn geen significante verschillen in functie van het stagetype.

Alle respondenten die al een stagiair gehad hebben (n=209)

- Het is het eerste jaar
- 1 tot 2 jaar
- 3 tot 5 jaar
- 6 tot 10 jaar
- Meer dan 10 jaar



De bouwsector is historisch het meest gastvrij gezien 75% van de bedrijven gedurende meer dan 10 jaar stagiairs nemen.

% Kolom	Ja	Nee, maar voorziet er in de toekomst	Nee, heeft er gehad en wil er geen meer	ZKO (1 tot 9)	KMO (10 tot 49)
1 ^e jaar	3 4%	3 3%	(+) 5 12%	(+) 7 8%	2 2%
1 tot 2 jaar	- 3 4%	. 11 13%	5 12%	++ 13 15%	- 6 6%
3 tot 5 jaar	. 12 15%	. 16 19%	. 11 27%	. 18 21%	. 20 19%
6 tot 10 jaar	. 20 24%	. 15 17%	. 10 24%	. 16 19%	. 26 25%
Meer dan 10 jaar	+ 44 54%	. 41 48%	- - - 10 24%	- - 30 36%	. 52 49%

Verwelkomen van stagiairs in tijd Verschillen per stagetype



Q6– Sinds hoeveel jaar aanvaardt uw organisatie stagiairs?

- Er is voor deze vraag geen significant verschil tussen het stagetype.

In kolom: Sinds hoeveel jaar aanvaardt uw organisatie stagiairs?

% Lijn	Het is de eerste keer	1 tot 2 jaar	3 tot 5 jaar	6 tot 10 jaar	Meer dan 10 jaar
Niet vergoede schoolstage (algemeen secundair onderwijs, technisch, beroeps of artistiek, hoger enz.)	. 8 5%	. 18 11%	. 29 18%	. 32 20%	. 72 45%
Alternerende opleiding (alternerend contract of leercontract SFPME, CIP, stageovereenkomst, enz.)	4 7%	. 4 7%	. 13 21%	. 13 21%	. 27 44%
Stage voor werkzoekenden (FPI, STE, etc.)	0 0%	1 4%	6 24%	. 7 28%	. 11 44%
Totaal	11	19	39	45	95
%	5%	9%	19%	22%	45%



Men lijkt meer voorkeur te hebben voor stages in een universitair kader dan stages voor arbeidsintegratie:

Een leidinggevende haalt het gebrek aan vertrouwen in de mensen die herintreden in de arbeidsmarkt aan. Deze stages staan in contrast met de **garanties die door de universiteiten worden aangeboden**, dit met betrekking tot « de kwaliteit van de te begeleiden jongeren » maar ook in **overeenstemming met de zakelijke behoeften**.

De terughoudendheid om stagiairs in het kader van herintegratie op de arbeidsmarkt aan te werven wordt ook bevestigd door de anderen die de **omslachtige administratieve procedures** aanhalen.

« Het grootste probleem [...] is niet dat we moeite hebben om informatie te verzamelen maar het zijn eerder de vooroordelen van de directieleden over de bekwaamheden van de mensen die niet werken en die hun toevlucht nemen tot dergelijke integratiemethoden.»

« We nemen geen werkzoekenden want dat is veel papierwerk »

ONTVANGEN VAN STAGIAIRS BALANS

- 3 op 10 ZKO/KMO hebben momenteel één of meerdere stagiairs. In totaal **wenst 42% geen stagiairs (meer) te ontvangen versus 58% die er wel nemen en/of er wel wensen te nemen**. Van deze laatste ontvangt 45% al meer dan 10 jaar stagiairs.
 - ZKO zijn over het algemeen minder geneigd om stagiairs te ontvangen dan KMO.
 - Zij ontvangen er nog niet zo lang als KMO.
- 75% van de respondenten hebben/zullen schoolgaande stagiairs ontvangen versus 29% voor de alternerende opleidingen en 12% voor de stages voor werkzoekenden.
 - Dit laatste stagetype wordt aanzien als omslachtiger op vlak van administratie en ondergaat met name tot de vaardigheden van de stagiairs veel vooroordelen.
 - De leidinggevenden die meer anciënniteit in hun functie genieten ontvangen gemakkelijker stagiairs met een alternerende overeenkomst of leerovereenkomst.

Inleiding

Steekproef en profiel van de organisaties / ondervraagde ondernemers

Ontvangen van stagiairs

Imago en redenen

De actoren en de selectie van stagiairs

De ervaring en succesfactoren

De belemmeringen en hefboomen

Besluit

Imago en perceptie van stages in het algemeen



Het aandeel van de woorden die in verband worden gebracht met de visie van de stagiair is over het algemeen gelijk aan het deel van woorden die aan het bedrijf zijn gerelateerd. De respondenten gaan, zelfs indien zij geen stagiairs nemen, akkoord met het feit dat een stage een toegevoegde waarde vertegenwoordigt voor zowel de stagiair als het bedrijf.

Eenzijds, indien men geïnteresseerd is in het aanbieden van een stage voor stagiairs, denken de vakmensen vooral aan opleiding, het leren of aan de realiteit van de praktijk.



Als we anderzijds de woorden nemen die in verband worden gebracht met het voordeel voor het bedrijf is het duidelijk dat een stage een kans is om extra middelen aan het team aan te brengen en een toegevoegde waarde betekent. Dit laat ook toe eventuele potentiële talenten te ontdekken. De bedrijven lijken ook akkoord te gaan met het feit dat een stagiair zorgt voor een « een nieuwe wind » door het aanbrengen van nieuwe ideeën.

Redenen om stagiairs te nemen

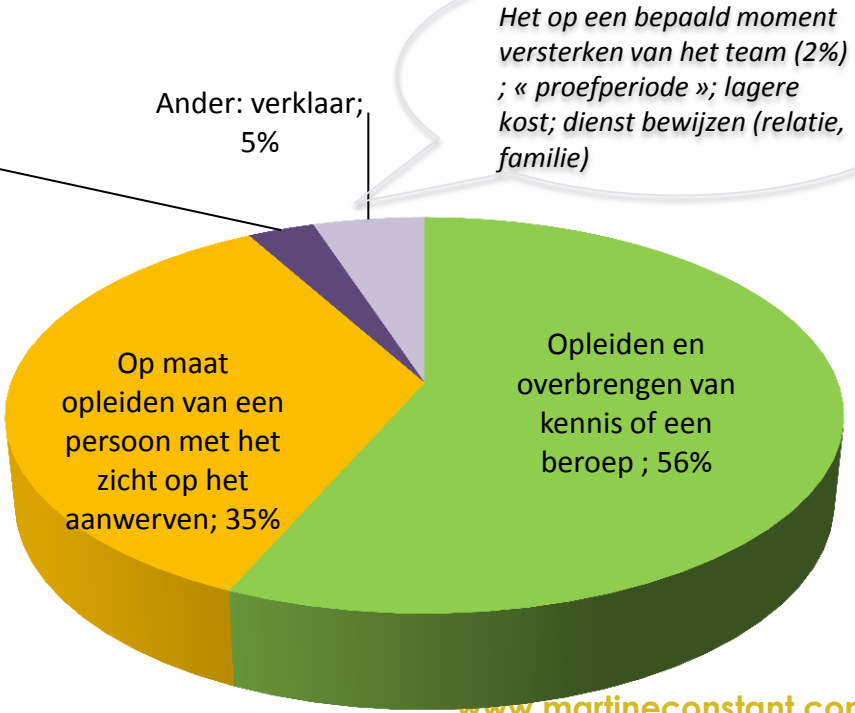


Q7– Wat is voor u de belangrijkste reden om als organisatie te beslissen om één of meerdere stagiairs te ontvangen? Bedankt om hieronder het antwoord dat het meest overeenkomt aan te duiden.

- De twee belangrijkste vermelde redenen voor het nemen van een stagiair door de bedrijven die reeds een stagiair hadden zijn: de wil om te trainen en over te dragen (56%) en de op maat gemaakte opleiding met zicht op een aanwerving (35%).
- Merk op:
 - De belangrijkste aangehaalde reden heeft te maken met de aard van de training gezien 66% van de werkgevers die stagiairs ontvangen aangaven te willen trainen en over te dragen, terwijl 61% van zij die alternerende stagiairs ontvangen en 64% van zij met WZ aangaven te willen trainen met het zicht op een aanwerving.
 - Er is geen significant verschil tussen ZKO en KMO en tussen bedrijven die wel of niet stagiairs wensen te nemen.

Alle respondenten die reeds een stagiair hadden (n=209)

- Op maat opleiden van een persoon met het zicht op een samenwerking tussen zelfstandigen; 3%



% Lijn	Opleiden en overbrengen van kennis of een beroep	Op maat opleiden van een persoon met het zicht op het aanwerven onder arbeidscontract	Op maat opleiden van een persoon met het zicht op een samenwerking tussen zelfstandigen
Niet vergoede schoolstage	+++ 105 66%	- - - 42 26%	3 2%
Alternerende opleiding	- - - 22 36%	+++ 37 61%	1 2%
Stage voor werkzoekenden	- - 7 28%	++ 16 64%	0 0%

IMAGO EN MOTIVATIE BALANS

In het algemeen een positief imago, dit zowel voor bedrijven die wel als zij die geen stagiairs ontvangen: het is een relatie waarbij iedereen wint (in absolute termen).

- Stage, voor de stagiair = training, opleiding, ervaring, praktijk
- Stage, voor het bedrijf = aanvullende hulpkracht, ondersteuning, jeugd (in het bijzonder gewijd aan school- of alternerende stages), nieuwe ideeën
- De formule « stage binnen een bedrijf » heeft als dusdanig geen last van een slecht imago.

- De twee belangrijkste redenen voor het nemen van een stagiair door de bedrijven die reeds een stagiair hadden zijn: de wil om op te leiden en kennis over te dragen (56%) en om een opleiding te geven met het zicht op het aanwerven (35%).
 - Verder te verdelen per stagetype gezien 66% van de werkgevers die schoolgaande stagiairs neemt stelt dat zij willen opleiden en kennis overdragen, terwijl 61% van zij die alternerende stagiairs nemen en 64% van zij die WZ hebben, stellen dat zij opleiden met het zicht op een aanwerving.
 - Het aanwerven is dan ook een belangrijke motivatie voor de alternerende stages en voor WZ.

Inleiding

Steekproef en profiel van de organisaties / ondervraagde ondernemers

Ontvangen van stagiairs

Imago en redenen

De actoren en de selectie van stagiairs

De ervaring en succesfactoren

De belemmeringen en hefboomen

Besluit

De betrokken actoren



Het bedrijf wordt duidelijk aanzien als de belangrijkste actor in de uitvoering van een stage.

Andere diensten zoals Eurodyssey, Actiris, Bruxelles Formation, de stagiair zelf, de school of ook, meer sporadisch vernoemd, de opleidingsinstituten worden genoemd .

Velen van hen voorzien geen stage zonder een goede begeleiding van hun kant.

Contact opnemen



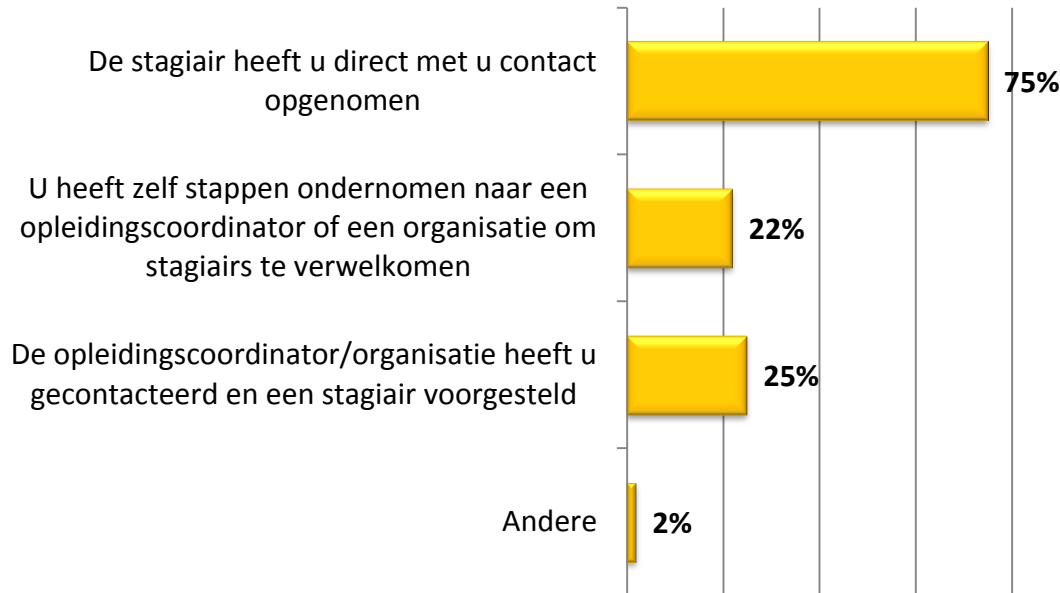
Q 4 – Hoe bent u in contact gekomen (zal u in contact komen) met deze stagiair(s)?

- Bij ¾ van de stages is het de stagiair die op eigen initiatief contact opneemt met het bedrijf – dit is in lijn met de omvang van de schoolstages. De aanbieder van opleidingen of de instelling komt slechts in ¼ van de gevallen tussenbeide en voor de bedrijven is dit bij 2 op 10 stages.
- Merk op dat:
 - 1/3 van de bedrijven die momenteel een stagiair hebben zelf de stappen hebben ondernomen – dit zou een betere oplossing bieden tot de garantie om een stagiair te bekomen of die naar hun keuze?
 - Er is geen significant verschil tussen de soorten stages wat betreft het contact opnemen met de stagiair maar er zijn meer stappen bij de procedure voor stages voor WZ.
 - Er is geen significant verschil tussen ZKO en KMO.

% Kolom	Ja	Nee, maar voorziet er in de toekomst	Nee, maar heeft er gehad en wenst er geen meer
De stagiair heeft u direct met u contact opgenomen	. 62 76%	. 75 77%	. 29 71%
U heeft zelf de stappen ondernomen	+ 26 32%	. 16 16%	. 6 15%
De opleidingscoördinator / organisatie heeft u gecontacteerd	. 23 28%	. 22 22%	. 10 24%

% Kolom	Niet vergoede schoolstage	Alternerende opleiding	Stage voor werkzoekenden
De stagiair heeft u direct met u contact opgenomen	. 129 78%	. 47 72%	. 22 85%
U heeft zelf de stappen ondernomen	. 33 20%	. 18 28%	. 10 38%
De opleidingscoördinator / organisatie heeft u gecontacteerd	. 41 25%	. 17 26%	. 8 31%

Alle respondenten die een stagiair hebben / wensen / hadden (n=224)



De selectie van stagiairs



De meeste ondervraagde actoren houden zich rechtstreeks bezig met de aanwerving van stagiairs.

In de meeste gevallen gebeurt de aanwerving vooral tussen het bedrijf en de scholen, dit voornamelijk via spontane sollicitaties.

In aanvulling op de scholen vermelden de respondenten ook de regionale kantoren voor werkgelegenheid en de opleidingscentra.

Sommige betreuren echter het gebrek aan communicatie tussen de bedrijven en de opvoedkundige structuren.

*« ik sta in direct contact met de stageverantwoordelijken van **de hogescholen en de universiteiten** die gespecialiseerd zijn in de opleiding met betrekking tot communicatie ».*
« Het is de dienst bij de universiteit die zich bezighoudt met het helpen bij het zoeken naar banen die de studenten ad valvas of via een internetportaal informeert over onze intentie om een stagiair te nemen. De stagiair stuurt ons een spontane sollicitatie. Na een gesprek en een akkoord over de stageafspraken tekenen we een stageovereenkomst en de stagiair sluit aan bij een projectteam voor de duurtijd van de stage »

*« **De opleidingscentra** geven me de tijdstippen door voor het aannemen van een stagiair »*
« leerkrachten van de opleidingscentra nemen rechtstreeks contact met mij op om me stagiairs voor te stellen »

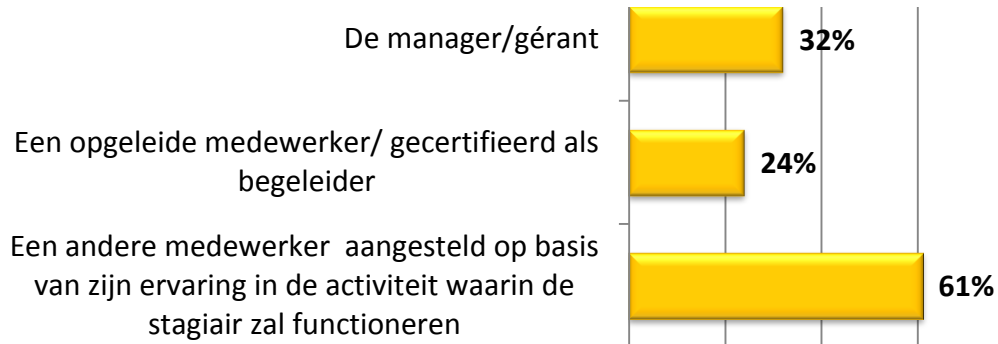
« het is niet aan mij om mensen te betalen om mij te informeren maar aan de ambtenaren en de scholen om mensen te betalen om naar de bedrijven te communiceren en vragen om me te ontmoeten »



Q 5– Wie begeleidt (begeleidde/zal begeleiden) dagdagelijks de stagiair(s) in uw organisatie (de aanduide begeleider)?

- In 6 op 10 stages is het een niet-gecertificeerde werknemer die de stagiair dagdagelijks begeleidt (dit is meer het geval bij KMO). Slechts ¼ van de bedrijven maakt gebruik van een opgeleide/gecertificeerde begeleider.
- Merk op:
 - De leidinggevende is de begeleider bij 42% van de ZKO versus 24% bij KMO. Omgekeerd, bij 68% van de KMO doet men beroep op een niet-gecertificeerde werknemer, tegenover 53% van de ZKO.
 - Niet-gecertificeerde werknemers worden het meest genoemd in het kader van schoolstages.
 - 71% van de bedrijven die geen stagiairs meer willen voorzagen een omkadering van de stagiairs door een niet-gecertificeerde/niet opgeleide begeleider.

Alle respondenten die een stagiair hebben / wensen / hadden (n=224)



% Kolom	Ja	Nee, maar voorziet er in de toekomst	Nee, maar heeft er gehad en wenst er geen meer
De manager/gerant	. 29 35%	. 32 33%	. 10 24%
Een opgeleide medewerker / gecertificeerd als begeleider	. 18 22%	. 28 29%	. 6 15%
Een andere medewerker	. 46 56%	. 59 60%	+ 29 71%

% Kolom	ZKO (1 tot 9)	KMO (10 tot 49)
De manager/gerant	++ 38 42%	-- 27 24%
Een opgeleide medewerker / gecertificeerd als begeleider	. 22 24%	. 26 23%
Een andere medewerker	-- 48 53%	+ 76 68%

% Kolom	School-stage	Alternerende opleiding	Stage voor WZ
De manager/gerant	. 52 31%	. 27 42%	. 11 42%
Een opgeleide medewerker / gecertificeerd als begeleider	. 34 20%	. 21 32%	. 6 23%
Een andere medewerker	+ 103 62%	. 34 52%	. 17 65%

ACTOREN EN SELECTIE VAN STAGIAIRS – BALANS

- Het merendeel van de via interviews bevroegde bedrijven hebben bevestigd dat ze het volle besef hebben over de rol die ze spelen in de beleving van de stage.
- Het merendeel van de via interview bevroegde bedrijven geven aan zich rechtstreeks bezig te houden met het rekruteren van stagiairs.
 - Open sollicitaties zijn legio: in $\frac{3}{4}$ van de stages is het de stagiair die het initiatief neemt om het bedrijf te contacteren – dit is in lijn met het aandeel van de schoolstages. De aanbieder van opleidingen of de instellingen komen in $\frac{1}{4}$ van de gevallen tussenbeide en voor bedrijven is dit 2 op 10 stages.
 - Tekenen van een zekere passiviteit van de bedrijven die zelden stappen ondernemen om een stagiair te vinden die bij hen past.
 - Een veronderstelde passiviteit: de bedrijven schatten (in lijn met het volle besef van de rol die ze spelen) dat het niet aan hen is om zich te informeren maar aan de scholen/opleidings- of werkinstellingen om hen te contacteren.
 - Toch heeft $\frac{1}{3}$ van de bedrijven die op dit moment een stagiair heeft zelf de stappen ondernomen – zou dit betekenen dat dit een betere garantie biedt om een stagiair te bekommen of iemand naar hun keuze?

ACTOREN EN SELECTIE VAN STAGIAIRS – BALANS

- Bij 6 op 10 stages is het de niet opgeleide/gecertificeerde medewerker die de stagiair dagdagelijks begeleidt. Een vierde van de betrokken bedrijven doet beroep op een opgeleide/gecertificeerde begeleider.
 - De leidinggevende is bij 42% van ZKO de begeleider terwijl 24% bij KMO. Omgekeerd, 68% van de KMO doet beroep op een niet gecertificeerde medewerker tegenover 53% bij ZKO.
 - Ervaren maar niet opgeleide/gecertificeerde medewerkers worden het vaakst genoemd in het kader van schoolstages.
 - Dit toont de duidelijke investering aan door ZKO voor het verwelkomen van stagiairs en van groter belang dan bij KMO wat betreft de beschikbaarheid van de begeleider.
 - Bij aanzienlijk meer bedrijven die geen stagiairs meer wensen stond een niet opgeleide/gecertificeerde werknemer in voor het toezicht van de stagiair.

Inleiding

Steekproef en profiel van de organisaties / ondervraagde ondernemers

Ontvangen van stagiairs

Imago en redenen

De actoren en de selectie van stagiairs

De ervaring en succesfactoren

De belemmeringen en hefboomen

Besluit

Algemene evaluatie van de stage-ervaring



Q8 – Hoe beoordeelt u in het algemeen uw ervaringen die je tot nu toe met de stagiair(s) hebt gehad?

- Over het algemeen is de tevredenheidsgraad goed gezien 9 op 10 bedrijven hun ervaring als zeer goed (32%) of eerder goed (55%) beschouwden.
- De stages in de bouw- en handelssector alsook de alternerende stages en voor WZ lijken meer ontevredenheid te genereren.
- Het feit om (nog) stagiairs te ontvangen is bovendien gerelateerd aan de kwaliteit van de ervaring: 55% van de bedrijven die hun ervaring als « zeer goed » beschouwden ontvangen momenteel stagiairs versus 29% die een eerder slechte ervaring hadden.
- Tot slot lijkt de ervaring ook een rol te spelen gezien de begeleiders die dat voor minstens 26 jaar zijn en/of zij die meer dan 10 jaar stagiairs ontvangen het meest tevreden zijn.

% Kolom	Ze er goed	Eer der goed	Eer der slecht	Ze er slecht
Ja	+++ 37 55%	-- 37 32%	. 7 29%	1 33%
Nee, maar het is gepland	. 23 34%	. 51 45%	. 11 46%	0 0%
Nee, heeft er gahd maar neemt er geen meer in de toekomst	-- 7 10%	. 26 23%	6 25%	2 67%

Alle respondenten die al een stagiair hadden (n=209)

13% 1% 12% 55% 32% 87%

33% in de bouw- en 22% in de handelssector

% Lijn	Ze er goed	Eer der goed	Eer der slecht	Ze er slecht
Schoolstage	. 54 34%	. 89 56%	-- 14 9%	1 1%
Alternerende opleiding	. 14 23%	. 34 56%	. 12 20%	1 2%
Stage voor WZ	. 5 20%	. 14 56%	5 20%	1 4%

TOT « ontevreden » ■ Zeer slecht ■ Eerder slecht ■ Eerder goed ■ Zeer goed TOT « tevreden »

Stage-ervaring



Meestal melden de bedrijven een positieve balans over de gerealiseerde stages maar betreuren ten zeerste de zeldzame gevallen waarbij de stage niet succesvol was.

In het algemeen wordt de stage-ervaring als positief ervaren omdat het deels het werk van de werknemers verlicht en omdat ze steun krijgen bij het realiseren van een project.

De criteria om een stage als succesvol te beschouwen zijn:

- Het verantwoordelijk stellen en de stijgende autonomie van de stagiair.
- De integratie in het team ter plaatse - « *deelnemen aan het werk maar ook aan het sociale leven in het bedrijf* »
- De toename van de kennis en vaardigheden van de stagiairs - « *het verschil tussen theorie en praktijk wordt kleiner* »
 - Actieve deelname aan projecten / activiteiten van het bedrijf.

Echter zijn de enkele voorbeelden waar de stage niet succesvol was en aanzien als contraproductief omdat ze zowel het bedrijf als de stagiair schaadden en daarbij de zin om verder te gaan met de ervaring in het gevaar brengt.

De redenen die aan de oorsprong liggen van een niet succesvolle stage:

- Gebrek aan vaardigheden - « *wanneer de opleiding te theoretisch was en denken dat ze het perfect weten* »
- Een mismatch tussen de noden van het bedrijf en de vaardigheden van de stagiair – « *zij nemen ontslag eens zij begrepen hebben dat het niets voor hen is maar wij verliezen er tijd mee en dus ook geld.* ».
- Een verkeerde oriëntatie - « *Met zij die een standaardkeuze maken omdat je nu éénmaal iets moet doen [om sociaal uitkeringsgerechtigd te blijven], is het moeilijk* »
- Gedragsproblemen: gebrek aan motivatie, stiptheid, proactiviteit, flexibiliteit, initiatief, discipline, teamspirit, openheid, eerlijkheid...

www.martineconstant.com

Expérience de stage- exemples



« In het algemeen verloopt het goed omdat we een kleine groep zijn in een kleine ruimte waardoor de banden snel gelegd worden en de stagiair snel op zijn gemak is. We hebben al altijd zeer *ontvankelijke en geïnteresseerde* jongeren gehad want het is niet eentonig en omdat we hun *verantwoordelijkheid geven*. We geven ze kleine doelstellingen. Ze voelen zich verantwoordelijk en ze zijn zich ervan *bewust* dat er zaken moeten gebeuren en ze weten dat het belangrijk is. »

« Bij ons verloopt dit relatief goed omdat zij de aanvraag indienden. Ze zijn dus gemotiveerd en zeer enthousiast om iets te doen. Wanneer zij geïntroduceerd zijn door een persoon die we kennen zijn ze nog meer plichtsgetrouw omdat ze hun reputatie of die van hun begeleider niet willen schaden. »

« de stagiairs die in het firma import/export werken worden naar het buitenland gestuurd om de controle van onze partner te verzekeren. »

« We hebben al enkele minder fijne ervaringen met personen gehad *die te veel feest vieren en die vermoeid op het werk aankomen of bezig zijn met andere zaken*. Ik heb er ook gezien die een boek begonnen te lezen of hun cursussen studeerden eens ze een bepaalde taak hadden afgerond. *Ze vragen niet naar werk. Je moet hun steeds controleren en dat is voor hen of voor het bedrijf niet waardevol.* »

« Weet u... met betrekking tot onze stages vind ik dat we in een *generatieconflict* zitten... Toen ik de kans had om ergens toegelaten te worden vroeg ik wat ik moest doen. Tegenwoordig vragen de jongeren naar hun rechten alvorens te werken. Ik vind dat als je werk zoekt je geen rechten hebt maar plichten »

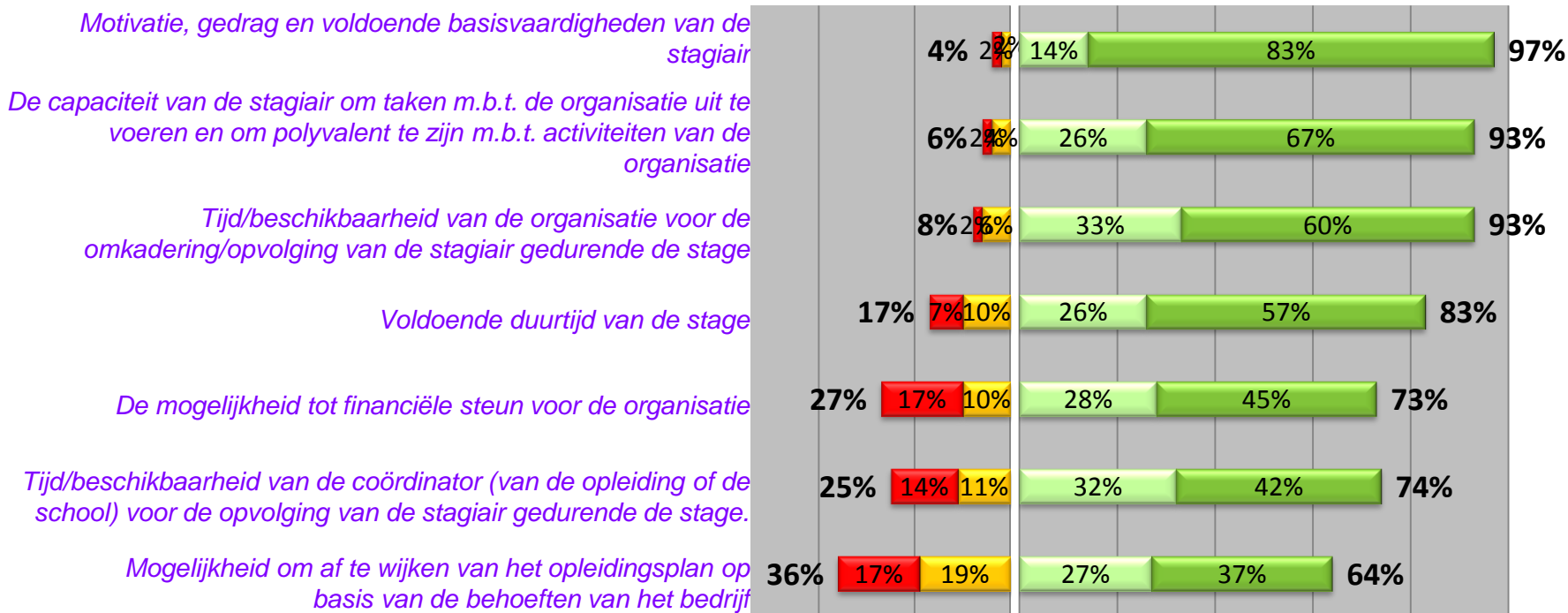
« Het probleem is dat de stagiairs een ingesteldheid hebben als in een keten: pauze, niet flexibel uurrooster,... »

Succesfactoren



Q9 – Wat maakt voor u/ uw organisatie een stage binnen een organisatie geslaagd (al dan niet of u een stagiair heeft gehad)? Bedankt om bij elk van de volgende criteria te preciseren in welke mate deze, voor u, een succesfactor is.

- Volgens de verklaringen van de bedrijven (want geciteerd door 9 op de 10) is het welslagen van een stage sterk afhankelijk van de stagiair: zijn motivatie, zijn basisvaardigheden en zijn capaciteiten gelinkt met het beroep.
- De duur van de stage is voor 8 op de 10 een belangrijke factor.
- Met minder dan 50% die de financiële steun, de beschikbaarheid van de begeleider of de mogelijkheid om af te wijken van het opleidingsplan als zeer belangrijke factoren beschouwden zijn ze minder vermeld.
- Merk op dat 91% van de respondenten geen mening hadden over andere succesfactoren.



Basis: Alle*

* % berekend op basis van zij die een mening hadden

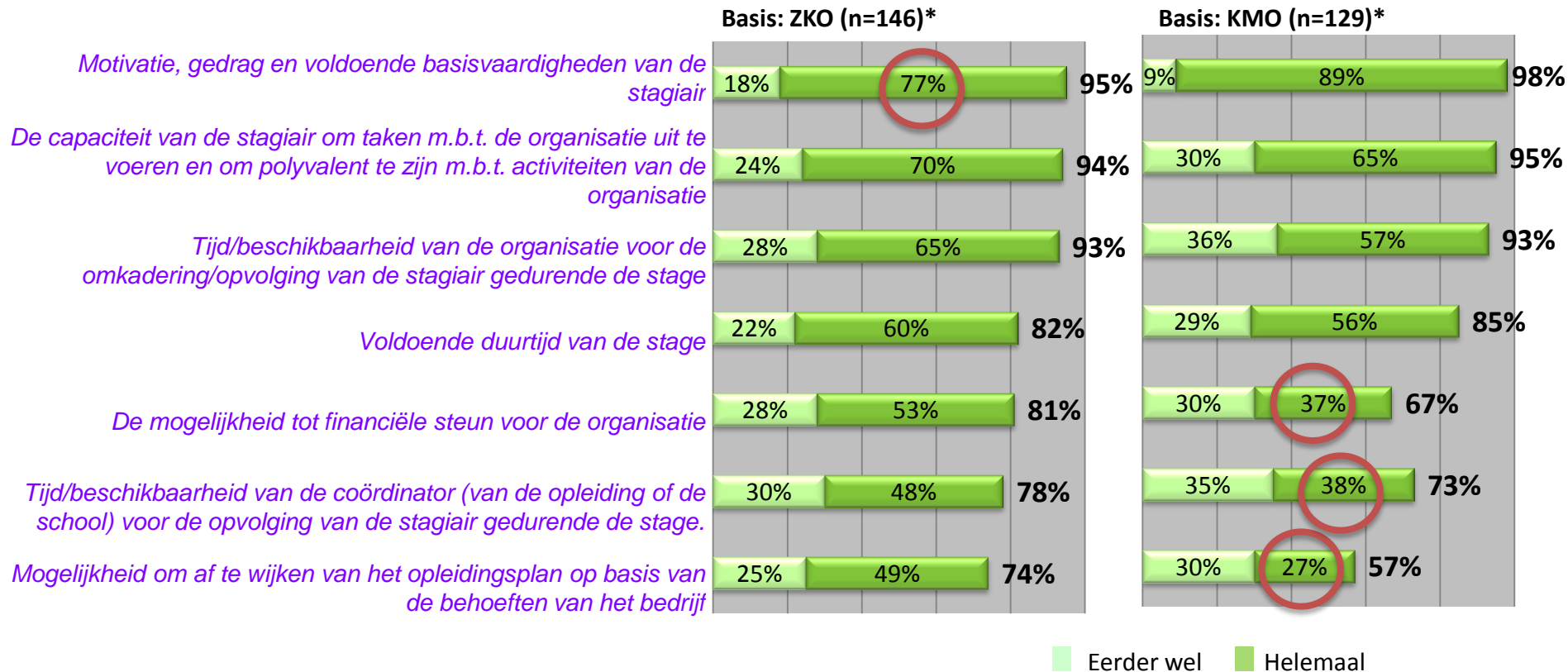
■ Helemaal niet ■ Eerder niet ■ Eerder wel ■ Helemaal

www.martineconstant.com

De succesfactoren – verschillen tussen ZKO en KMO



- Vergelijkende analyses tonen aan dat de variabele - grootte van het bedrijf – de meeste impact heeft op de resultaten.
- Het zijn inderdaad de ZKO die het gevoeligst zijn aan financiële steun en vinden de beschikbaarheid van de begeleider en de mogelijkheid om af te wijken van het opleidingsplan als één van de belangrijkste factoren, terwijl KMO meer het accent leggen op de motivatie en de basiscompetenties van de stagiair.



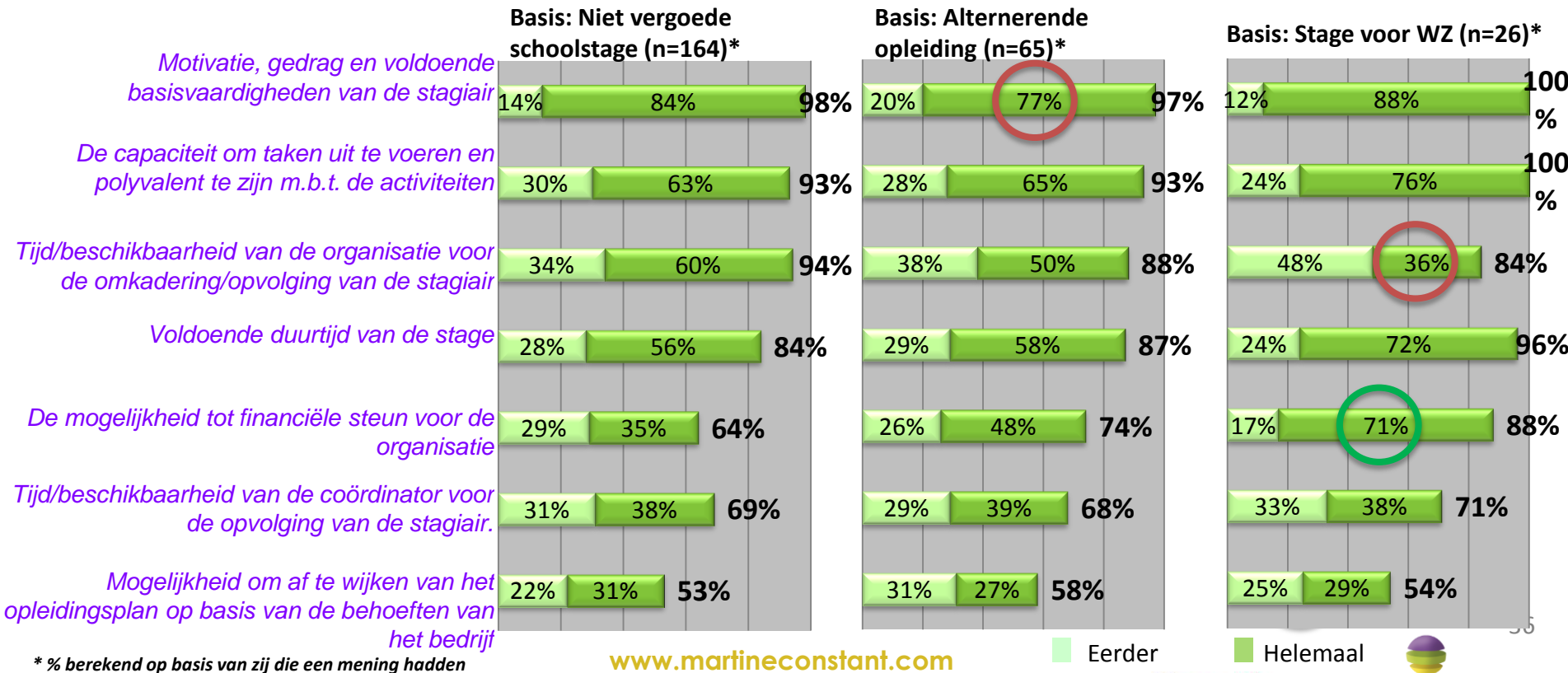
* % berekend op basis van zij die een mening hadden

www.martineconstant.com

De succesfactoren – verschillen tussen stagetypes



- De bedrijven die WZ stagiairs nemen hebben in het algemeen meer elementen als succesfactoren geciteerd wat de eerdere bevindingen dat de stages als meer complex worden beschouwd bekrachtigen. Dit vraagt om bijkomende inspanningen (zowel van de WZ als van de bedrijven). Daarom wordt de financiële steun door 71% van de betrokken bedrijven als belangrijk beschouwd (tegenover 35% voor de schoolstages en 48% voor de alternerende opleidingen). Bovendien, en hoewel het verschil niet significant was, merken we voor dit soort stages dat een voldoende lange periode het meest vermeld werd (zeer belangrijk voor 72%).
- Hoewel dit het voornaamste criterium was, merken we op dat de bedrijven die werken met alternerende opleidingen minder vaak de motivatie, het gedrag en de basisvaardigheden aanhaalden als zijnde een zeer belangrijke factor (de andere factoren bevinden zich rond het gemiddelde) – dit aspect zou minder problematisch zijn voor het succes van dit stagetype in vergelijking met anderen.



* % berekend op basis van zij die een mening hadden

www.martineconstant.com

Succesfactoren – volgens de wens om stagiairs te nemen of niet



Sommige antwoorden, afhankelijk van de vraag of de respondenten (nog) stagiairs wensen te nemen, verschillen:

- Motivatie, gedrag en basisvaardigheden worden voor 90% van hen die geen stagiairs meer wensen (t.o.v. 74% tot 84% voor de andere bedrijven) aanzien als een belangrijke factor voor het slagen van een stage -> dit aspect heeft, als het negatief is, een sterke invloed op de wil om nog stagiairs te nemen of niet. Voor diezelfde groep is de duur van de stage niet zo belangrijk als voor de bedrijven die nu een stagiair hebben -> deze factor heeft dus minder invloed op de wil om de ervaring te herhalen.
- Voor zij die nog nooit een stagiair hadden en er ook geen wensen zijn de financiële steun en de flexibiliteit van het opleidingsplan belangrijker voor het slagen van een stage -> factoren die een invloed kunnen hebben op de beslissing om in de toekomst een stagiair te nemen of niet.

% Kolom	Ja	Nee, maar voorziet dit in de toekomst	Nee, heeft er gehad maar wil er geen meer	Heeft er nooit gehad en wil er geen
<i>In lijnen : Q9a Motivatie, gedrag en basisvaardigheden</i>				
Helemaal	- - 61 74%	. 82 85%	. 37 90%	. 62 84%
Eerder	+++ 19 23%	. 11 11%	. 3 7%	. 8 11%
Eerder niet	0 0%	2 2%	0 0%	3 4%
Helemaal niet	2 2%	1 1%	1 2%	1 1%
<i>In lijnen - Q9g Voldoende duurtijd van de stage</i>				
Helemaal	+ 53 66%	. 55 57%	- 17 43%	. 37 54%
Eerder	. 19 24%	. 24 25%	. 13 33%	. 19 28%
Eerder niet	. 5 6%	. 8 8%	6 15%	. 10 14%
Helemaal niet	. 3 4%	. 9 9%	4 10%	3 4%

% Kolom	Ja	Nee, maar voorziet dit in de toekomst	Nee, heeft er gehad maar wil er geen meer	Heeft er nooit gehad en wil er geen
<i>In lijnen : Q9h Mogelijkheid tot financiële steun voor de bedrijven</i>				
Helemaal	. 34 44%	. 35 40%	. 13 34%	++ 41 58%
Eerder	. 20 26%	. 25 28%	. 11 29%	. 21 30%
Eerder niet	. 10 13%	. 7 8%	5 13%	. 6 8%
Helemaal niet	. 14 18%	+ 21 24%	. 9 24%	- - - 3 4%
<i>In lijnen : Q9c Mogelijkheid om van het opleidingsplan af te wijken</i>				
Helemaal	. 26 33%	. 29 31%	. 16 41%	++ 35 49%
Eerder	. 17 22%	. 20 21%	. 11 28%	++ 27 38%
Eerder niet	++ 22 28%	. 22 23%	. 4 10%	- - - 5 7%
Helemaal niet	. 13 17%	++ 23 24%	. 8 21%	- - 5 7%

* % berekend op basis van zij die een mening hadden

www.martineconstant.com

De ervaring - BALANS

- 9 op 10 bedrijven beoordelen hun ervaring als zeer goed (32%) tot eerder goed (55%):
 - Hebben een positieve impact op de tevredenheid:
 - Het stagetype: de alternerende stages en voor WZ zijn, hoewel minder gebruikt, worden als meer tevreden beoordeeld.
 - Ervaring: de leidinggevenden die dit gedurende meer dan 26 jaar zijn en/of zij die al meer dan 10 jaar stagiairs nemen zijn het meest tevreden.
 - De ervaring heeft uiteraard een impact op de wil om (nog) stagiairs te ontvangen: hoe meer een ondernemer de ervaring als positief beschouwt, hoe meer hij dit wil herhalen.
 - Merk op dat de negatieve impact bij een slechte ervaring groter is dan de impact bij een positieve ervaring.
- **Op termijn is het dus niet voldoende om alleen stageplaatsen te creëren maar ook vooral om de kwaliteit voor het bedrijf als voor de stage te waarborgen.**

De succesfactoren - BALANS

- Het succes van een stage hangt in minstens 9 op 10 bedrijven af van de **stagiair: als eerste zijn motivatie, zijn basisvaardigheden en zijn capaciteiten gelinkt met het beroep.**
 - Bij de kwalitatieve interviews gaat dit in dezelfde richting waarbij men suggereert dat een vruchteloze stage vooral te wijten is aan het gedrag of onvoldoende vaardigheden waarbij de oorsprong enkel bij de jongeren zelf ligt (scholing, ervaring, generatieconflict) maar ook door een verkeerde studierichting of een kloof tussen de noden van het bedrijf en de opleiding.
- **Men moet een minimum aan vaardigheden machtig zijn alvorens de stage aan te vatten (basisvaardigheden, sociale vaardigheden, kerncompetenties binnen de sector) om zo demotivatie bij de bedrijven als bij de stagiairs te vermijden.**
 - Merk op dat de ZKO en de bedrijven die meer WZ stagiairs ontvangen het meest gevoelig zijn aan financiële steun.
 - Bovendien vinden ZKO de beschikbaarheid van een begeleider en de mogelijkheid om af te wijken van het opleidingsplan een belangrijkere factor dan bij KMO (in lijn met de investering die een stage voor deze bedrijven betekent).
 - Tenslotte is voor 72% van de betrokken bedrijven een voldoende duurtijd van de stage voor WZ als zeer belangrijk geacht.
- **De ZKO en de stages voor werkzoekenden vereisen voor deze elementen een bijzondere aandacht wanneer actieplannen worden opgemaakt.**
 - Zij die nog nooit een stagiair hadden en er ook geen willen stellen het gebrek aan ervaring in het domein, financiële steun en flexibiliteit van het opleidingsplan als de belangrijkste punten voor het slagen van een stage.

Inleiding

Steekproef en profiel van de organisaties / ondervraagde ondernemers

Ontvangen van stagiairs

Imago en redenen

De actoren en de selectie van stagiairs

De ervaring en succesfactoren

De ervaring en succesfactoren

Besluit

De belemmeringen voor het nemen van een stagiair



Het merendeel van de respondenten erkent moeilijkheden te ondervinden bij het « aanwerven » van stagiairs:

- De opleidingformules die niet altijd aan de noden van het bedrijf aangepast zijn (te korte stage bijvoorbeeld).
- Moeilijkheden om een geschikte stagiair te vinden
 - Nog steeds een te grote afstand tussen de scholen en de economie, tussen theorie en praktijk.
 - Moeilijkheden om tweetalige stagiairs te vinden
- Het gebrek aan zichtbaarheid van het bedrijf, en vooral bij de kleine structuren -> de stagiairs kennen het niet en zijn niet geïnteresseerd in een KMO wat ervoor zorgt dat de keuze aan stagiairs beperkt is.

-« Wij hebben helaas steeds de indruk dat een KMO 2^e keus is. Het zijn de grote bedrijven die ze nemen. We valoriseren onvoldoende de KMO. Misschien komt het probleem vanuit de school, ik weet het niet »

- Het intrinsieke gedrag van jongeren (gebrek aan flexibiliteit, mobiliteit, motivatie)

www.martineconstant.com

Belemmeringen voor het nemen van een stagiair



Een deel van de respondenten heeft een gemengd gevoel bij de mogelijkheid om het aantal stages bij bedrijven te verhogen:

Zelfs indien het merendeel van de bedrijven zich bewust is van de belang van stages en zij dit als een reële kans tegen professionele problemen bij stagiairs zien, uiten sommigen hun twijfels:

- Het onzeker economisch, sociaal maar ook fysieke (aanslagen) klimaat die een impact hebben op de activiteiten van de bedrijven.
- En voor zij die willen is het voor ZKO en KMO onmogelijk om meer stagiairs te aanvaarden:
 - Gebrek aan tijd binnen het bedrijf
 - Te grote kost
 - Kalme periode / seizoensgebonden

Informatie over de stage – een belemmering?



Professionelen die zich over de verschillende stagemogelijkheden matig geïnformeerd voelen, terwijl ze geen noodzaak voelen om meer geïnformeerd te worden:

18 op 30 respondenten vinden dat ze geen volledige kennis hebben van de verschillende stagetypes:

- Neiging om de operatoren beter te kennen dan de stagetypes
- Een veelvoud aan informatie en niet gecentraliseerd
- Te veel verschillende namen en criteria -> «vage termen »
- Gebrek aan tijd om naar informatie te zoeken

- Functioneren op basis van opportuniteiten, gewoontes of via een informeel netwerk.
- Geen nood hebben aan meer info gezien dit geen probleem vormt om stagiairs te vinden.

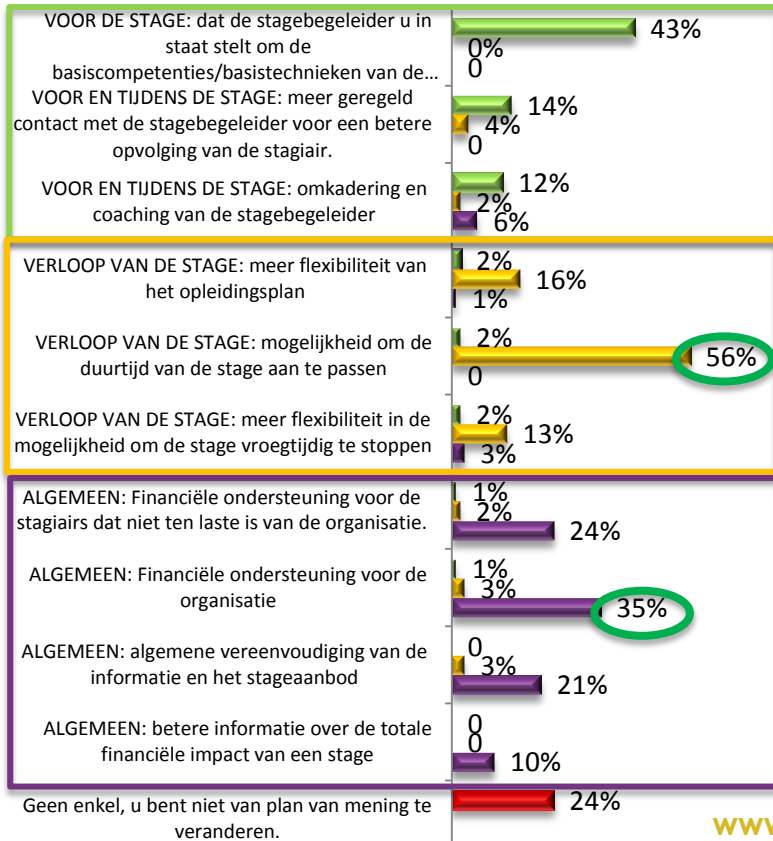
« Gezien de vraag nooit van ons uit komt maar van de school en van de stagiair zijn er inderdaad zaken waar ik niet van op de hoogte ben maar ik zoek er ook niet naar. Maar voor ons is dit geen probleem, behalve wanneer er veel mogelijkheden en maatregelen zijn die we niet kennen »



Q10 : Welke van de volgende voorstellen zouden u kunnen aanzetten tot het (opnieuw) aanvaarden van één of meerdere stagiairs in uw organisatie? -> bedankt om er maximum 3 te kiezen die volgens u het belangrijkste zijn en deze te klasseren op volgorde van belangrijkheid

- De gekozen antwoorden zijn bijna unaniem, of men nu al stagiairs heeft of er geen meer wenst te nemen: de voorbereidende stappen voor de stage zijn van cruciaal belang wat toelaat om de goede stagiair(s) te kiezen.
- We merken echter ook op dat, hoewel soms op de tweede of de derde plaats, de mogelijkheid om de lengte van de stage aan te passen en de financiële steun het meest geciteerd worden door bedrijven die geen stagiairs meer wensen.
- Merk op dat ¼ van zij die geen stagiair meer wensen zeiden dat geen enkele actie hun van mening zou doen veranderen.

Basis: Nooit een stagiairs gehad of er geen meer willen (n=131)

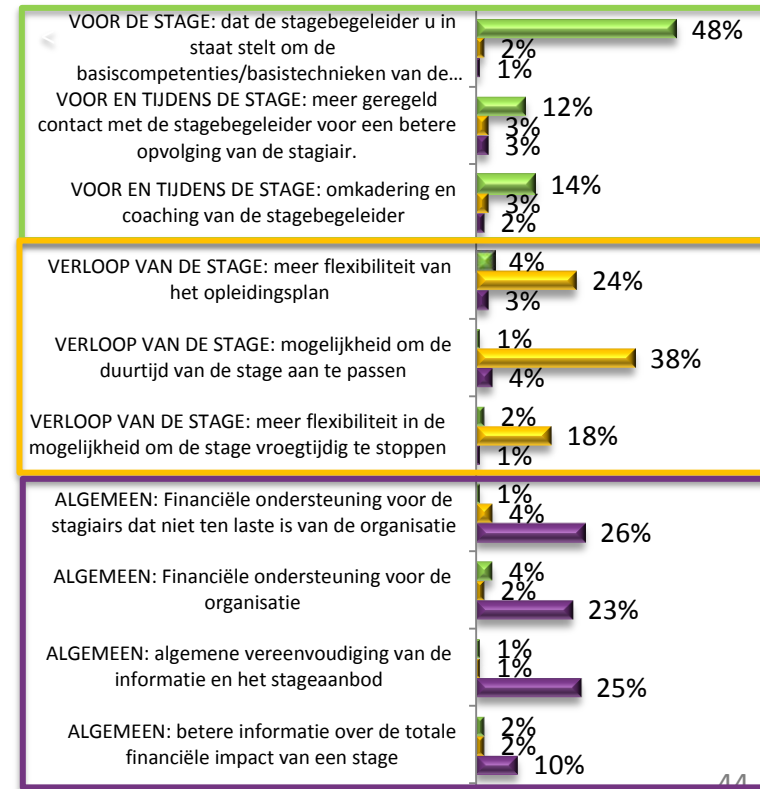


■ Als 1^e aangehaald

■ Als 2^e aangehaald

■ Als 3^e aangehaald

Basis: Al een stagiair gehad en er nog nemen (n=182)



Hefbomen – per ZKO en KMO

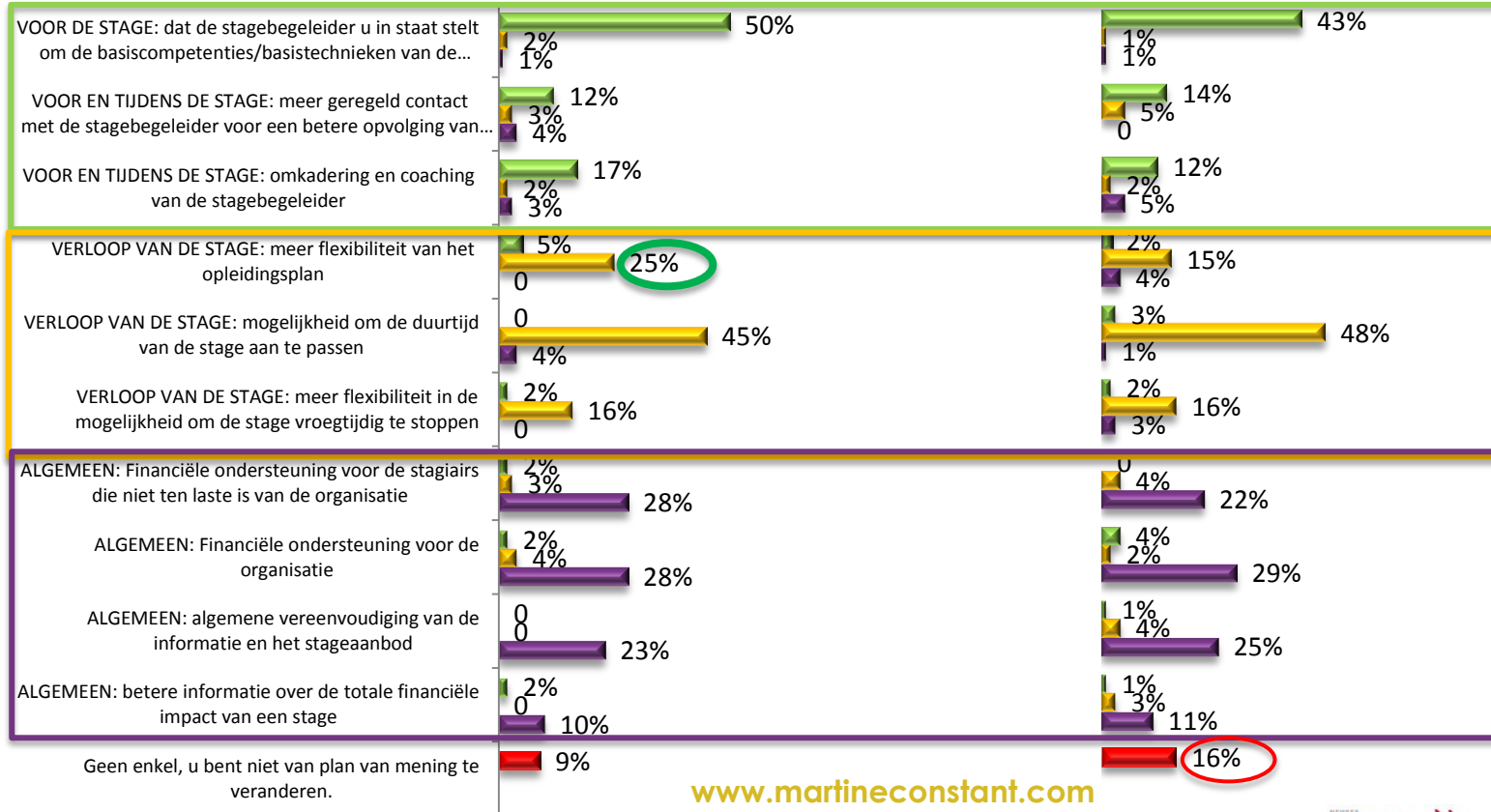


Q10 : Welke van de volgende voorstellen zouden u kunnen aanzetten tot het (opnieuw) aanvaarden van één of meerdere stagiairs in uw organisatie? -> bedankt om er maximum 3 te kiezen die volgens u het belangrijkste zijn en deze te klasseren op volgorde van belangrijkheid

Buiten het feit dat ZKO iets minder geneigd zijn om (opnieuw) een stagiair te nemen (16% stelt dat een hefboom geen invloed zal hebben op hun mening t.o.v. 9% bij KMO) zijn er geen grote significante verschillen wat betreft hefboomen voor ZKO en KMO.

Basis: KMO (n=127)

Basis: ZKO (n=148)



■ Als 1^e geciteerd

■ Als 2^e geciteerd

■ Als 3^e geciteerd

Hefbomen – per stagetype



Q10 : Welke van de volgende voorstellen zouden u kunnen aanzetten tot het (opnieuw) aanvaarden van één of meerdere stagiairs in uw organisatie? -> bedankt om er maximum 3 te kiezen die volgens u het belangrijkste zijn en deze te klasseren op volgorde van belangrijkheid

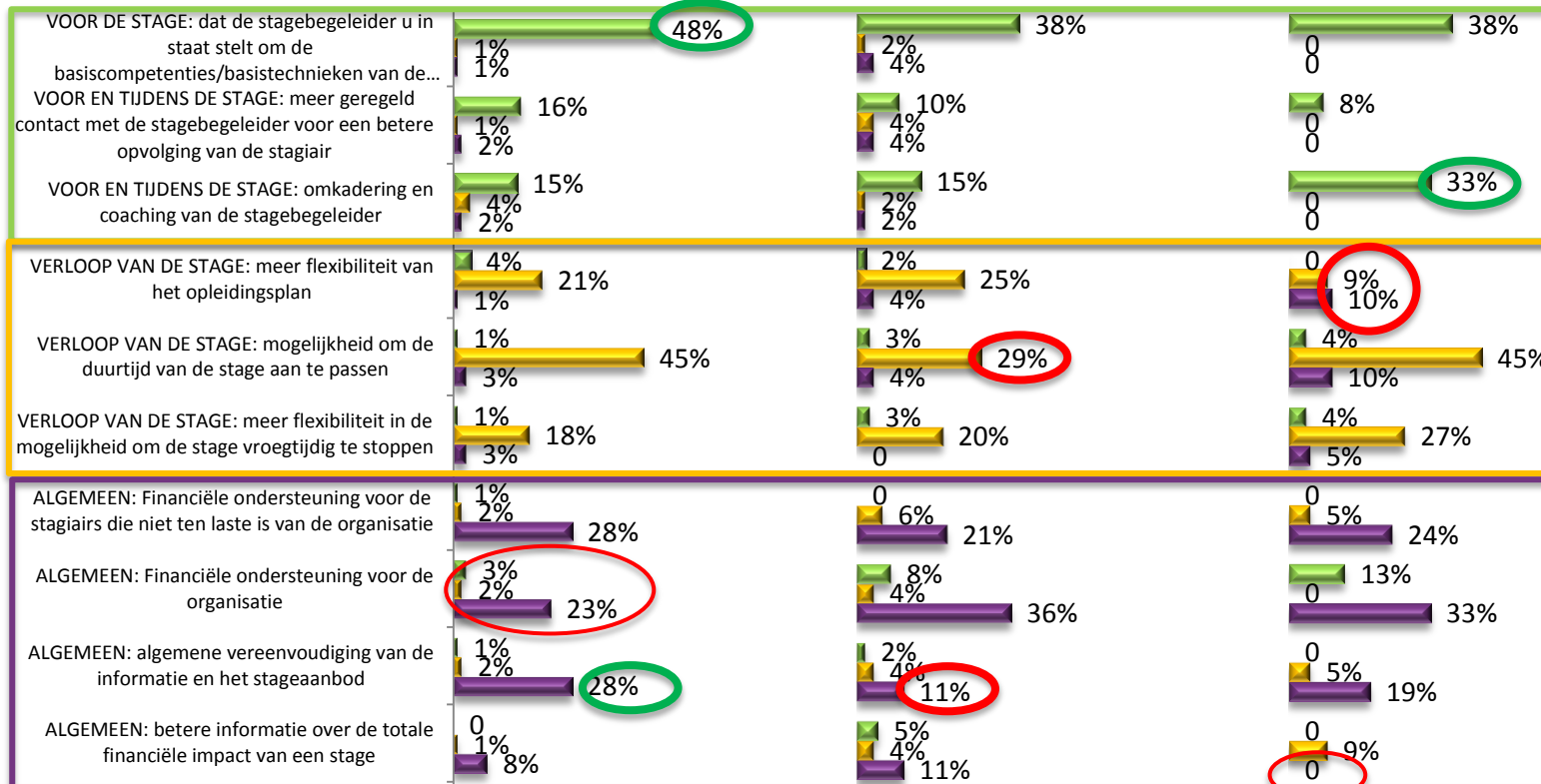
Hoewel de verschillen weinig tot niet significant zijn (voornamelijk vanwege de lage basis voor stage voor WZ), merken we in functie van het stagetype enkele variaties in de hefboomen (dit verandert echter niet de algemene rangschikking van de hefboomen):

- Voor de schoolstages zijn kennis en vaardigheden, net als (maar in minder mate) de vereenvoudiging van informatie een grotere hefboom. Anderzijds is er minder vraag naar financiële ondersteuning voor dit type stage.
- Voor de alternerende opleiding zijn flexibiliteit voor de stagelengte en de vereenvoudiging van informatie van minder belang.
- Voor de stage voor WZ is een begeleiding en training meer gevraagd.

Basis: Schoolstages (n=158)

Basis: AO (n=60)

Basis: Stages voor WZ (n=24)*



■ Als 1^e geciteerd

■ Als 2^e geciteerd

■ Als 3^e geciteerd

* Base faible

www.martineconstant.com

Hefboom – Financiële hulp aan bedrijven

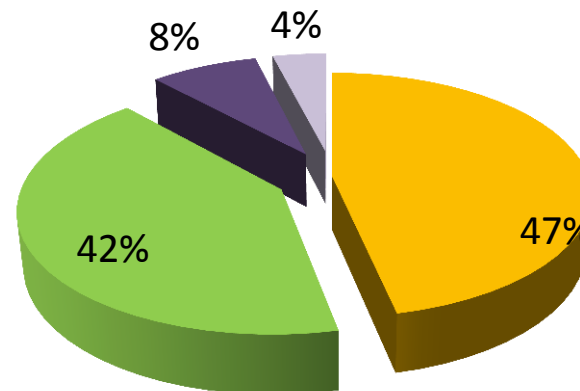


Q12- Wilt u genieten van...

- Voor zij die aangegeven hebben financiële hulp te willen krijgen worden de antwoorden verdeeld tussen het bekomen van premies en het verlagen van de sociale lasten. De opleiding wordt in het algemeen minder vermeld.
- Vergelijkende analyses toonden geen significante verschillen tussen stage- of bedrijfstype (te lage basis voor elke subgroep om te vergelijken).

Alle respondenten die aangaven financiële steun te wensen (n=53)

- een premie
- een verlaging van de sociale lasten
- een opleiding (voor uzelf of personeelslid) voor de optimale opvolging van stagiairs
- weet het niet



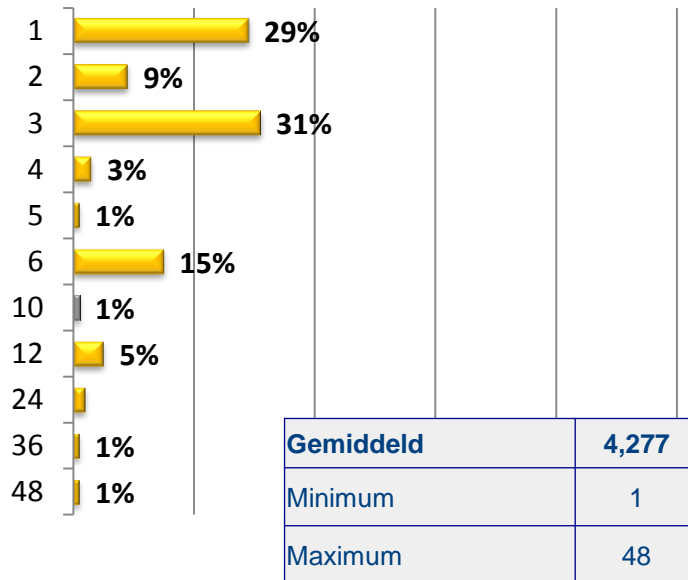
Hefboom – minimale gewenste stagelengte



Q 13 – Wat zou volgens u de minimale duurtijd van een stage in uw organisatie moeten zijn? Bedankt om het aantal maanden te noteren.

- De respondenten die aangaven een passende stageperiode te wensen pleitten grotendeels voor een relatief korte minimale periode (1, 3 of 6 maanden) binnen het bedrijf (gemiddelde 4 maanden). Dit betekent niet dat men een algemene wens heeft voor een kortere stage maar eerder de wens heeft niet onder deze duurtijd te gaan.
- Vergelijkende analyses hebben geen significante verschillen aangetoond.

Alle respondenten die een aangepaste stageperiode wensen (n=86)



« Meestal is het werk van de bedrijven op lange termijn bepaald wat het dus moeilijk maakt voor korte stages. Het is moeilijk om een stagiair te nemen voor een korte termijn. Een alternerende opleiding zou idealiter beter zijn voor universiteitsstudenten of studenten van een hogeschool. Dat zou de beste resultaten geven ».

Hefboom – aanvullende voorstellen



Geïnterviewde professionals deelden verschillende voorstellen mee voor een betere ontwikkeling van de stages:

Informatie
toegankelijker
maken

Nadruk leggen op
de relatie
operatoren en
bedrijven

Hulp krijgen van
de instellingen

Communiceer

- Een referentiesite - met stagetype, lengte, de periode - voor alle scholen / operatoren die stagiairs voorstellen – « **groepering van informatie in één medium** ».
- Verplichte database van operatoren met stageprofielen dat geconsulteerd kan worden door bedrijven. Aangevuld met een database van bedrijven die stagiairs wensen - « *om een beter zicht te krijgen op de individuele behoeften* ».
- Laat operatoren en bedrijven elkaar ontmoeten: getuigenissen, gemeenschappelijke projecten enz.
- Versterk de begeleiding van operatoren (meer frequente bezoeken, observatie)
- Accentueer beroepskeuzebegeleiding in verband met bedrijfsbehoeften
- Vereenvoudig en harmoniseer de stagetypes
- Heroverweeg de vergoeding – «jongeren geven de voorkeur aan een studentenjob dan aan een stage omwille van de hogere vergoeding »
- Ontvangen van financiële steun om de stagecapaciteit te verhogen en de technische middelen te verbeteren.
- Vereenvoudig de procedures en papierwerk (contracten, evaluatiedocumenten enz.)
- Communiceer proactief naar bedrijven maar ook naar stagiairs over stagemogelijkheden, doelen en voordelen voor elk: communicatie voor de bedrijven via één enkele partner, voor de stagiairs via sociale media of de specifieke media voor stagiairs.

www.martineconstant.com

De rol van ACTIRIS



De meningen over de rol van ACTIRIS zijn verdeeld maar de verwachtingen zijn unaniem: Sommigen betreuren het gebrek aan informatie vanuit Actiris over beroepsinschakeling en stageopleidingen en het gebrek aan proactiviteit om stages te promoten en voor te stellen.

« Niemand bij Actiris heeft me gecontacteerd. Dit is een groot verschil met Frankrijk waar het ANPE een ware rekruteringspartner is. In België is alles gedelegeerd aan uitzendbureaus (placement, outplacement,...) wat volgens mij onjuist is want het is een kost voor bedrijven.

»

Anderen vinden dat Actiris een goede service biedt op het vlak om aan werkgevers opleidingen van 1 tot 6 maanden voor te stellen met een verplichte contractuele verbintenis. Eén respondent apprecieerde vooral het bezoek van een Actiris vertegenwoordiger waarbij de verschillende bestaande stagetypes werden uitgelegd.

- Een duidelijke verwachting voor een relatie met één partner.
- Voor volledige informatie, proactief meegedeeld en gepersonaliseerd (« wat goed is voor mijn bedrijf »).

Belemmeringen - BALANS

- De belemmeringen die tijdens de kwalitatieve interviews aan bod kwamen hebben betrekking op verschillende aspecten:
 - Gerelateerd aan stageopleidingen: bestaande kanalen zijn niet altijd aangepast aan de bedrijfswereld; te theoretische opleidingen, niet voldoende tweetalig.
 - Gerelateerd aan de beschikbaarheid van de stagiairs: KMO/ZKO vermoeden een gebrek aan zichtbaarheid ten opzichte van grote bedrijven.
 - Men is in ZKO en KMO vaker geconfronteerd met een gebrek aan tijd, middelen of activiteiten (die sommigen linken aan de economische context en/of het huidig moeilijk veiligheidsaspect).
- **Het nemen van een stagiair is een engagement en de ZKO/KMO hebben niet altijd het gevoel over voldoende garanties te beschikken om zich « in het avontuur te storten », meer bepaald voor de langdurige stages.**
- Hoewel de informatie er is, komt ze weinig en vaak onvolledig tot bij de bedrijven. Ook al wordt dit door de bedrijven, die meestal functioneren via opportuniteiten, gewoontes of een informeel netwerk niet als een belemmering aanzien, toont de realiteit aan dat deze bedrijven niet altijd de overeenkomende maatregelen benutten.
- **ZKO/KMO die noch de wens hebben om het volledige stageaanbod te kennen noch de middelen hebben om zich proactief in te lichten, hebben nood aan aangepaste gecommuniceerde informatie.**

Hefbomen - BALANS

- Merk op dat een kwart van de bedrijven die geen stagiairs (meer) wensen niet zullen terugkomen op deze beslissing.
- In overeenstemming met de voor hen belangrijkste factoren van de stagiair, met name het gedrag en de vaardigheden (de basis maar ook in functie van de bedrijfsactiviteiten) blijkt unaniem (als eerste geciteerd door 48% van de bedrijven die stagiairs willen nemen en 43% die geen / geen meer willen nemen) dat het op voorhand kennen van de vaardigheden de ZKO/KMO zouden kunnen aanmoedigen om meer / opnieuw stagiairs te ontvangen.
- **Een bepaling dat de risico's, die een stagiair kan vertegenwoordigen, kan verminderen werd het meest geciteerd in het geval van schoolstages.**
- Hulp- en ondersteunende voorzieningen voor de bedrijven in het kader van begeleiding en opvolging van de stagiair, zoals meer regelmatige contacten alsook een training (opleiding voor de medewerker belast met de begeleiding van de stagiair, administratieve ondersteuning voor formaliteiten, enz.) zijn eveneens gewenst.
 - Bij stages voor werkzoekenden werd coaching het meest geciteerd.

Hefbomen - BALANS

- Elementen gelinkt aan het verloop van de stage zoals het opleidingsplan, de periode of vervroegd stoppen van de stage werd op de tweede plaats het meest geciteerd: dit is dus eveneens belangrijk maar niet prioritair.
- **Deze bepalingen zouden voor een zekere flexibiliteit kunnen zorgen om zo meer met de bedrijfswereld overeen te komen. De lengte van de stage is meer een hefboom voor korte stages (school of voor WZ) en voor bedrijven die geen stagiairs (meer) willen, met een minimale gemiddelde lengte van 4 maanden.**
- Tot slot zijn de financiële hefboomen en aanverwante informatie voornamelijk op de derde plaats geciteerd.
 - Financiële hulp voor bedrijven, meer bepaald onder de vorm van premies en verlaging van sociale lasten, is interessanter voor bedrijven die geen stagiairs (meer) wensen of in het geval van alternerende opleidingen en stages voor WZ.
 - Een vereenvoudiging van informatie en het stageaanbod zou in het geval van schoolstages meer helpen. Meer bepaald via:
 - Centralisatie van informatie (één referentiesite), databases van stagiairs en bedrijven.
 - Vereenvoudiging en harmonisatie van de verschillende stagetypes.

Inleiding

Steekproef en profiel van de organisaties / ondervraagde ondernemers

Ontvangen van stagiairs

Imago en redenen

De actoren en de selectie van stagiairs

De ervaring en succesfactoren

De belemmeringen en hefboomen

Besluit

- Eerste drie positieve bevindingen:
 1. Meer dan de helft van de ondervraagde bedrijven (58%) nemen of zijn van plan om een stagiair te nemen en 45% doet dit al meer dan 10 jaar.
 2. Stages hebben een globaal positief imago, dit zowel voor de bedrijven als voor de stagiairs: een win-winsituatie gezien een stage als een meerwaarde voor het bedrijf bedoeld is terwijl ze leerzaam zijn voor de stagiair.
 3. 9 op 10 bedrijven bestempelen hun ervaring als goed tot zeer goed (hoewel de weinige negatieve ervaringen een sterke invloed hebben op beide partijen). Het merendeel van de bedrijven wil ook dat toekomstige stagiairs in het bedrijf integreren.
- We merken op dat niet alle stagetypes in hetzelfde schuitje zitten:
 - Schoolstages zijn talrijker dan alternerende stages (deze formule zorgt nochtans voor minder stopzettingen) en stages voor werkzoekenden ondervinden vooroordelen aangaande de vaardigheden van de stagiair.
 - Stage voor werkzoekenden blijken bijzonder moeilijk uit te voeren op gebied van administratieve procedures.
 - Wat betreft alternerende opleidingen en stage voor WZ overwegen 2 op 3 bedrijven een aanwerving op het einde van de stage.
- Ook zijn er aanzienlijke verschillen tussen ZKO en KMO:
 - In het algemeen nemen ZKO minder stagiairs (40% heeft er nooit gehad en wenst er geen te nemen).
 - De rol van de werkgever in een ZKO is cruciaal gezien verantwoordelijk voor werving en opvolging van stagiairs.

Besluit

- De ruime ervaring van de meerderheid van de bevroagde bedrijven laat toe om uit deze studie succesfactoren, belemmeringen en potentiële hefboomen te concluderen.
 - Gezien de bedrijven, al dan niet met stagiairs, het eens zijn over de investering dat het ontvangen van stagiairs voorstelt (meer bepaald de beschikbaarheid van personen belast met de opleiding) , hebben zij de neiging om de « kwaliteit » van de stagiair en zijn vooropleidingsniveau als belangrijkste succesfactor te aanzien (het is zo dat investeren in een stagiair die de professionele basisvaardigheden en kennis niet heeft resulteert in een verlies voor het bedrijf).
 1. Motivatie, gedrag en basisvaardigheden werden door 97% van de respondenten genoemd.
 2. Bekwaamheid van de stagiair om zijn taken uit te voeren werd door 93% genoemd.
- De selectie van de stagiair is dus van het groot belang en komt daardoor unaniem naar voor als de belangrijkste hefboom:
 - De voorbereidende stappen van een stage (hulp bij de kennis en de selectie van stagiairs op de eerste plaats, aangevuld met een ondersteuning bij het omkaderen en opvolgen van de stagiair) zijn geklasseerd voor andere hefboomen zoals het verloop van de stage, hulp, informatie en vereenvoudiging.
 - Een unanieme vraag naar proactieve communicatie via één partner die als aanspreekpunt voor bedrijven fungeert om zich te informeren over de stages die bij het bedrijf passen.

Aanbevelingen

- Ga naar de bedrijven om proactief het bestaand stageaanbod, aangepast aan de noden van het bedrijf, mee te delen.
- Verleng de duurtijd van de stage.
- Zorg voor een minimum aan basis- en technische vaardigheden en kennis alvorens de stage aanvangt en evalueer deze op een manier dat de bedrijven deze kunnen raadplegen om zo te gaan selecteren.
- Geregelde opvolging van de stagiair tijdens de stage.
- Coach en begeleid de mentor tijdens de stage.

- Andere aanvullende acties zijn mogelijk voor:
 - ZKO en stage voor WZ/alternerend: financiële steun onder de vorm van premies of verlaging van sociale lasten
 - ZKO: meer flexibiliteit in termen van opleidingsplan
 - ZKO: meer opvolging en omkadering door de organisator