

A photograph of two women sitting at a table in a bright, modern office or meeting room. The woman on the left has short, curly dark hair and is wearing a light grey blazer. She is looking towards the woman on the right, who has long, wavy brown hair and is wearing a light-colored blazer. They appear to be in a professional conversation. The background shows large windows with blue frames and a view of a city street with buildings and a car.

# Maatschappelijke waarde Werkcentrum Fryslân

Loketfunctie van Werkcentrum Fryslân heeft een maatschappelijke waarde met een SROI van 1,61

Mei 2026

# Colofon

Dit rapport is geschreven door Purpose in opdracht van Fryslân Werkt.

**Publicatie:** mei 2026

**Purpose :** Fedor van Berkel en Frank van Jeveren

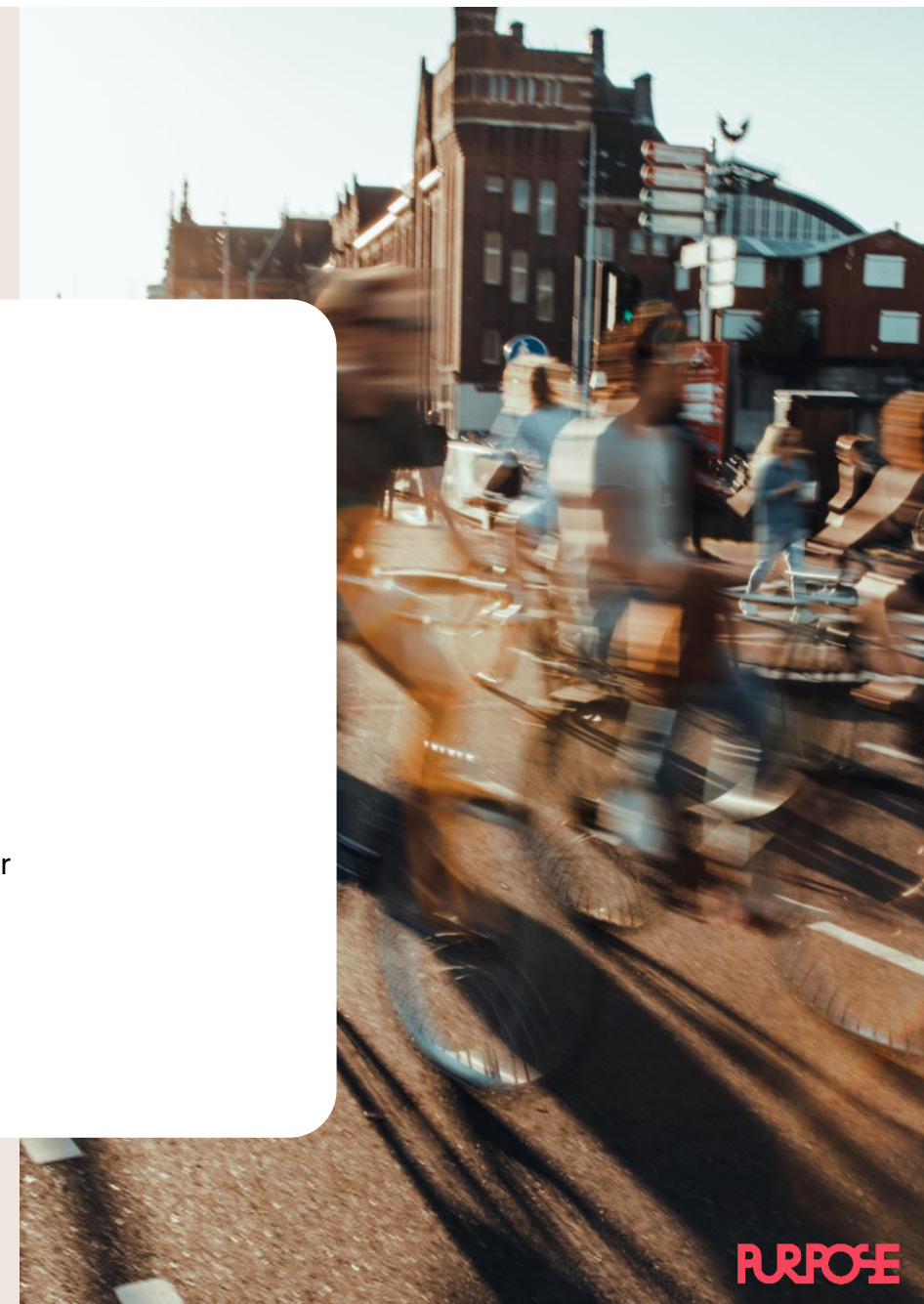
**Fryslân Werkt:** Marcel Bos en Nynke Hogenhuis

**Projectgroep:** Caparis: Gerrit Cornelisse  
CNV: Sietske Kootstra  
De Dienst: Marius Jellema  
Firda: Steffen Pilkes  
Gemeente Leeuwarden: Eelkje Nicolai  
Gemeente Tytsjerksteradiel: Janine van der Ploeg en Esther Visser  
UWV: Jetze Lodewijks

Voor meer informatie, neem contact op met:

Nynke Hogenhuis ([nynke.hogenhuis@fryslanwerkt.nl](mailto:nynke.hogenhuis@fryslanwerkt.nl))

Fedor van Berkel ([f.van.berkel@purpose.nl](mailto:f.van.berkel@purpose.nl))



# Inhoud

Hoofdstuk	Titel	Pagina
	Managementsamenvatting en aanbevelingen	4
1.	Inleiding & Aanpak	6
2.	Kwantitatief effect bij klanten – Worden nieuwe mensen gevonden?	13
3.	Kwantitatief effect bij klanten – Vinden mensen passende hulp?	21
4.	Kwantitatief effect bij klanten – Vinden of behouden mensen een baan?	27
5.	Monetair effect – Wat is de maatschappelijke financiële waarde?	32
6.	Kwalitatief effect ervaren door de samenwerkende partijen – Wat zijn de ervaringen?	40
7.	Blik op de toekomst – Hoe verder?	44
	Bijlage	48



# Rapport in het kort



## H2: Werkcentrum bereikt groep mensen die anders geen hulp zou krijgen, maar er is potentie om meer mensen te helpen

- Werkcentrum helpt per maand 200 mensen uit bijna alle gemeenten
- Vooral werkenden, nuggers en mensen in de WW worden bereikt
- 29% van de mensen zou anders niet direct hulp hebben gevonden
- 75% van de mensen was al bij andere instanties geweest, maar blijkbaar (nog) niet voldoende geholpen
- Statushouders, jongeren en mensen met banenafpraak worden nog minder bereikt



## H3: Meeste mensen hebben vraag over arbeidsmarktmogelijkheden en zijn tevreden over het gidsadvies

- Bijna 50% van de vragen gaat over arbeidsmarktmogelijkheden (welk werk past bij mij, kans op arbeidsmarkt etc.)
- Mentale gezondheid speelt relatief vaak mee bij klanten
- Bijna 60% wordt verwezen naar het Regionaal Team
- 87% van de mensen is tevreden tot zeer tevreden over het gegeven advies



## H4: Mensen zien bijdrage van werkcentrum vooral in het vinden van een nieuwe baan

- Ongeveer de helft van de mensen geeft aan dat het werkcentrum bijdraagt aan het vinden van een nieuwe baan
- Ongeveer 25% geeft aan dat het werkcentrum bijdraagt aan het behoud van een baan



## H5: Fysiek en online kanaal vullen elkaar goed aan in bereik en effect

- Online kanaal zorgt voor hoger bereik, vooral ook in de gehele provincie Fryslân buiten Leeuwarden
- Bij fysieke gesprekken zijn mensen 30% tevredener over het vinden van een nieuwe baan

## H6: Voor de loketfunctie van het werkcentrum ligt de SROI tussen de 1,6 en 2,8

- In het huidige scenario tegen de huidige instroom en FTE bezetting ligt de SROI op 1,6
- In een toekomstig scenario waarbij de huidige bezetting volledig wordt benut en er 5x zoveel mensen fysiek binnen lopen, wordt de SROI 2,8
- Veruit meeste baten komen voort uit besparing op WW uitkering, bijstand en extra belastingopbrengsten

## H7: Partijen zien waarde vooral in hulp van werk naar werk, maar voor achterban is de rol vaak nog wel onduidelijk

- De samenwerkende partijen zien dat het werkcentrum een gat opvult in de bestaande dienstverlening
- Ze onderkennen ook het potentieel van gebundelde werkgeversdienstverlening
- Voor de bredere achterban is de rol en waarde van het werkcentrum vaak nog wel onduidelijk of niet bekend

## H8: Geïnterviewden zien opschaling in toekomst vooral in vorm van outreachend werken

- Gesproken partijen geven aan dat ze geen heil zien in het overall opschalen van fysieke locaties, maar wel in het opschalen van de methode en het outreachend werken van gidsen
- Drempels zijn hierbij nog wel capaciteit en verschillende visies van bestuurders op het wel of niet ondersteunen van beoogde doelgroepen

# Aanbevelingen: zet communicatiestrategie op voor achterban, monitor impact en onderzoek outreachend werken

## 1 Maak een bredere communicatiestrategie richting achterban van partners

Maak duidelijk onder de achterban **waar het werkcentrum wel en niet van is**, met de volgende aandachtspunten:

- Met welke vragen kunnen klanten naar het werkcentrum worden verwezen?
- Het concrete aanbod (gidsen en achterliggende dienstverlening Regionaal Team)
- Meerwaarde voor de doelstellingen van de partners

Denk hierbij aan een infographic of praatplaat op A3 formaat, die snel inzicht geeft in wat het werkcentrum wel en niet doet, welke doelgroepen zij beoogt en welk hulpaanbod zij extra aanbiedt. Investeer ook actief in het uitnodigen van de uitvoerders van partners om langs te komen op het werkcentrum. Zo leren zij (de werkenden van) het werkcentrum beter kennen en krijgen zij een beter beeld wat er gebeurt bij het werkcentrum. Denk tot slot aan terugkerende webinars die terug te kijken zijn.

## 2 Meet en monitor de impact op langere termijn

Blijf inzetten op het meten van de impact van het werkcentrum en zet een **structurele monitor** op. Neem daarin tenminste de volgende zaken mee:

- Vraag inwoners na een periode van ongeveer 3-5 maanden nogmaals of zij (duurzaam) een baan hebben gevonden of behouden en in hoeverre het werkcentrum daaraan bijgedragen heeft
  - Maak hierbij scherp onderscheid tussen effecten bij type doelgroepen
  - Vraag inwoners wat er nog beter had gekund in de dienstverlening
- Gebruik de monitoring om de waarde van het werkcentrum nog specifieker inzichtelijk te maken voor bestuurlijke stakeholders die daarin geïnteresseerd zijn. Zo wordt nog duidelijker wat de meerwaarde van het werkcentrum is voor de doelgroepen die voor hen relevant zijn.

## 3 Onderzoek de mogelijkheden en belemmeringen van het outreachend werken

Ga met geïnteresseerde gemeenten in gesprek over de mogelijkheden van het outreachend werken. Houd daarbij rekening met de benoemde belemmeringen die mogelijk naar voren komen:

- Capaciteitstekort binnen gemeenten voor de uitvoering
- Mogelijkheden om fysiek in gesprek te gaan met klanten zonder direct een vaste locatie te moeten inrichten

Door in te zetten op de outreachende aanpak, kan de impact van fysieke gesprekken worden gecombineerd met een hoger bereik in de hele provincie.

Hfd. 1

# Vraagstelling en aanpak



# Fryslân Werkt vraagt Purpose om inzicht te krijgen in de maatschappelijke waarde van Werkcentrum Fryslân

## Fryslân Werkt wil inzicht in de meerwaarde van de loketfunctie van het werkcentrum

In Fryslân werken ruim 30 organisaties samen om werkzoekenden te ondersteunen bij het vinden van werk, werkenden te begeleiden in hun loopbaan en werkgevers te helpen bij (personeels)vraagstukken. Toch weten veel mensen niet goed waar ze terecht kunnen met hun vragen over werk. Om dit te verbeteren is op 9 oktober 2025 Werkcentrum Fryslân geopend: één herkenbaar loket voor inwoners, werkgevers en partners in de regio.

Er is vanuit Fryslân Werkt behoefte om vanaf de start het functioneren van het werkcentrum te monitoren en inzicht te krijgen in de meerwaarde van deze gezamenlijke aanpak – zowel voor inwoners, werkgevers als samenwerkingspartners. De focus van het onderzoek moet hierbij liggen op de loketfunctie van het werkcentrum en niet op de dienstverlening van het regionaal dienstverleningsteam Werkcentrum Fryslân (hierna genoemd: Regionaal Team).<sup>1</sup>

## MKBA geeft inzicht in de maatschappelijke meerwaarde van het werkcentrum

Om inzicht te krijgen in de meerwaarde van de gemeenschappelijke aanpak, vraagt Fryslân Werkt aan Purpose om inzichtelijk te maken wat de maatschappelijke meerwaarde is volgens de SROI-methodiek. Deze methodiek maakt de Social Return on Investment inzichtelijk: wat is de maatschappelijke waarde (in euro's) van de investeringen?

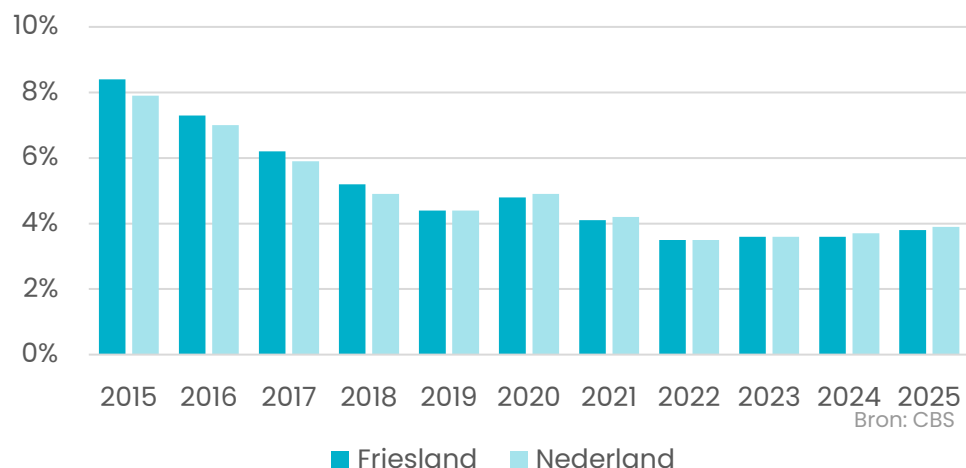
Het onderzoek brengt de kosten, baten en maatschappelijke effecten van het werkcentrum in beeld (zowel online als op de fysieke locatie in Leeuwarden) en laat zien hoe regionale samenwerking bijdraagt aan de uitdagingen op de Friese arbeidsmarkt.

Het onderzoek:

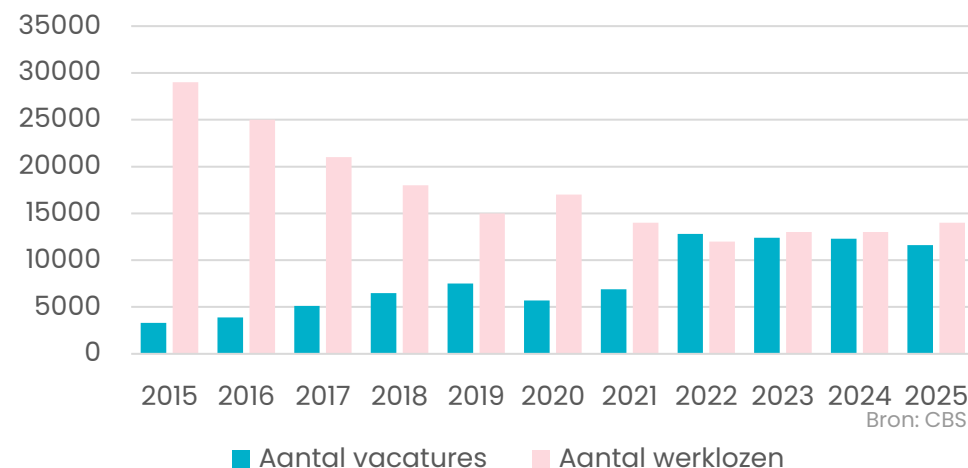
1. Is een **eerste meting** om inzicht te krijgen waar de waarde zit
2. Geeft input voor een gefundeerd gesprek over **verdere ontwikkelkansen en werkwijze** o.b.v. inzichten en data
3. Legt een basis voor **verdere monitoring en vervolgmeting(en)**

# Context Werkcentrum Fryslân: In krappe arbeidsmarkt is goede matching nodig tussen vraag en aanbod

Werkloosheid in Fryslân ligt relatief laag



Afgelopen jaren is aantal werklozen in Fryslân gedaald en het aantal vacatures steeg



In Fryslân heerst net als in Nederland krapte op de arbeidsmarkt. Er waren in 2025 13.000 werklozen (de 4% in de bovenstaande grafiek, mensen die direct werk zoeken), maar ook 20.000 onderbenutte deeltijders (mensen die al wel werken, maar meer willen en kunnen werken) en 9.000 semi-werklozen (mensen die door bijvoorbeeld ziekte, arbeidsongeschiktheid, opleiding of andere redenen tijdelijk niet beschikbaar zijn)<sup>1</sup>. Er lijkt dus sprake van onbenut potentieel. Tegelijkertijd stijgt het aantal vacatures in de laatste jaren. Vooral in de sectoren zorg, onderwijs, kinderopvang en bouw en techniek is veel vraag naar werkenden. Het advies van het UWV omvat de volgende speerpunten, focus op: 1. onbenut talent en potentieel 2. behoud van personeel 3. Vitaal aan het werk na pensioen 4. inzet statushouders met technische ervaring 5. zij-instroom leerwerktrajecten<sup>2</sup>. Het werkcentrum kan hier een gidsende rol spelen.

# Aanpak: vertaling van verandertheorie en meting onder gidsen en klanten naar maatschappelijke kosten en baten

## Aanpak

### Verandertheorie

Hoe leiden de activiteiten van het werkcentrum tot de gewenste verandering?

In co-creatie met de projectgroep en betrokkenen is een verandertheorie opgesteld voor het werkcentrum. Een verandertheorie beschrijft hoe de aanpak of dienstverlening leidt tot de gewenste verandering (impactdoelstelling). Hierin is gezamenlijk bepaald wat de beoogde effecten zijn van de loketfunctie van het werkcentrum op de klanten en daarmee de maatschappij. Op de volgende pagina wordt uitgebreider ingegaan op de verandertheorie.

### Meting onder stakeholders en klanten

Wat zeggen klanten over hun ervaringen met het werkcentrum en wat zien gidsen in gesprek met de klanten?

Om inzicht te krijgen in het effect van het werkcentrum, is op drie manieren data verzameld:

1. **Uitzetten van enquêtes** onder klanten van het werkcentrum
2. **Dataregistratie door gidsen** o.b.v. de gesprekken met klanten.
3. **Interviews** met klanten van het werkcentrum en partners om de *merkbare* ervaringen op te halen

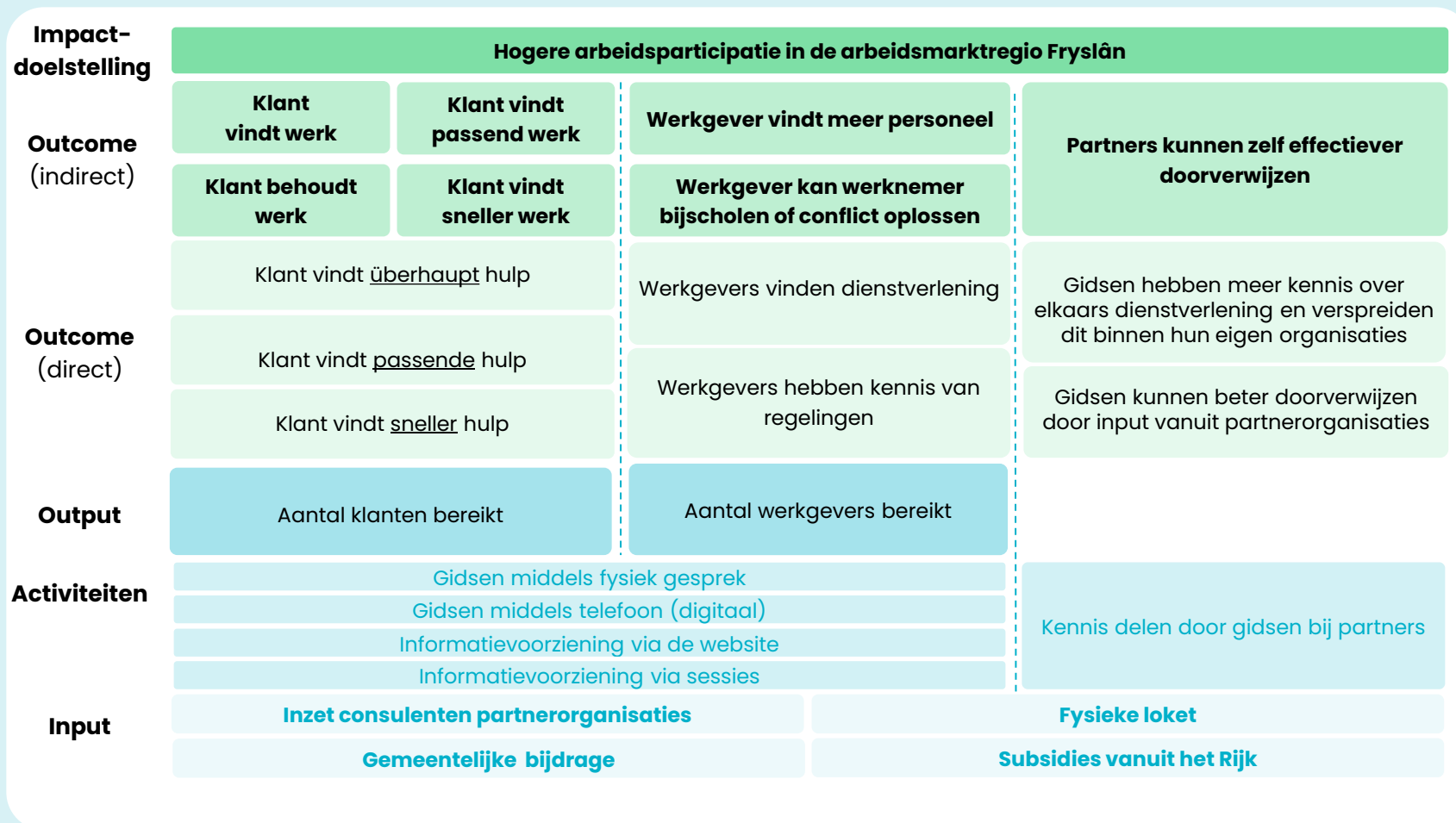
Op basis van eerder onderzoek en werksessies met de projectgroep zijn aannames opgesteld die overeenkomen met de data die is geregistreerd. Door gebruik te maken van de data in combinatie met deze aannames, wordt het beoogde effect inzichtelijk gemaakt.

### Vertaling maatschappelijke waarde

Wat levert Werkcentrum Fryslân op voor de maatschappij in euro's?

Voor de analyse van maatschappelijke kosten en baten zijn de beoogde effecten vertaald naar euro's voor de maatschappij. De berekening hiervan is gebaseerd op de SROI-methode, de Maatschappelijke Prijslijst van Purpose, literatuuronderzoek en de gerealiseerde kosten die zijn toe te berekenen aan het werkcentrum. De effecten die zijn gemeten, vormen de basis voor de uitkomsten van de MKBA. Zie bijlage voor de gedetailleerde berekening en gedane aannames.

# Verandertheorie: De beoogde effecten uit verandertheorie vormen basis voor maatschappelijke waarde



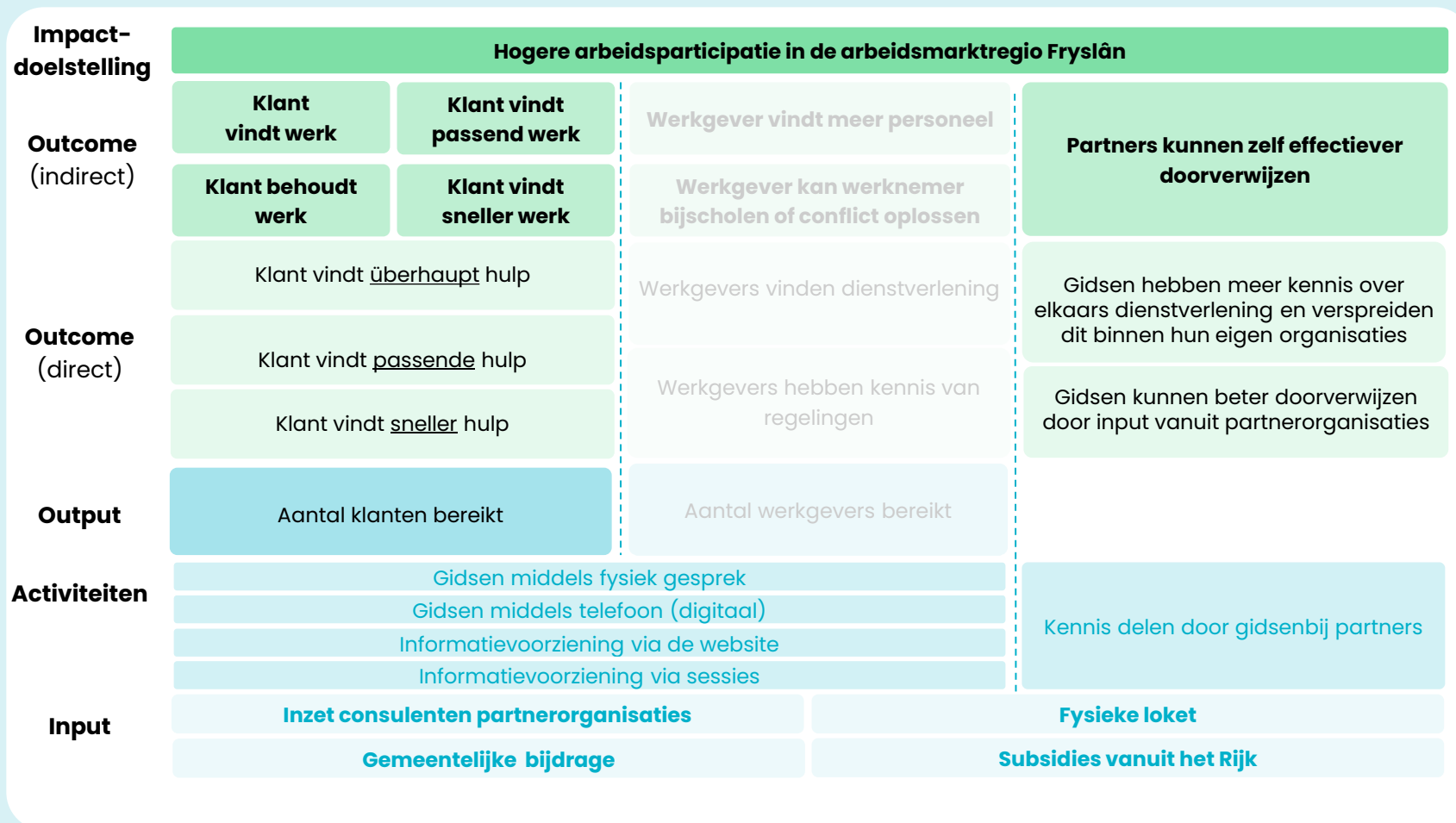
## Toelichting verandertheorie

De verandertheorie beschrijft hoe de activiteiten van de loketfunctie van het werkcentrum leiden tot de gewenste verandering (impactdoelstelling) en waar deze direct en indirect effect op hebben. De verandertheorie beschrijft de beoogde effecten op drie doelgroepen:

1. Klanten met een vraag over werk
2. Werkgevers met een vraag over werk
3. Gidsen uit netwerkorganisaties

De verandertheorie legt de basis voor de te meten indicatoren. Hiervoor wordt gebruik gemaakt van de ingevulde enquêtes door klanten en de dataregistratie door gidsen. Deze uitkomsten liggen vervolgens aan de basis van de besparingen. De uiteindelijke grootte van de impact bestaat uit het effect maal het bereik.

# Scope: Maatschappelijke waarde is in deze fase alleen gebaseerd op de dienstverlening aan klanten



## Waarde werkcentrum wordt kwalitatief en kwantitatief inzichtelijk gemaakt

In de huidige situatie richt het werkcentrum zich primair op mensen met een vraag over werk. Het aantal werkgevers dat het werkcentrum op dit moment weet te vinden, is relatief klein. Daarom is dit onderdeel niet meegenomen in de berekening van de maatschappelijke waarde en ligt de focus op het (sneller) vinden en behouden van passend werk door klanten.

Daarnaast is de effectievere doorverwijzing door partners zelf alleen kwalitatief onderzocht. Deze effecten zijn niet gemonetariseerd, maar alleen uitgevraagd in gesprekken met medewerkers van de partnerorganisaties.

# Op basis van de verandertheorie en de gestelde scope komen er vier centrale vragen naar boven

## Worden er nieuwe mensen gevonden door het werkcentrum? (H2)

Het werkcentrum is een nieuw 'loket' dat aanvullend moet zijn op bestaande dienstverlening. Daarom is onderzocht hoeveel mensen er naar het werkcentrum komen, wie deze mensen zijn en waarom zij naar het werkcentrum gaan.

## Vinden klanten passende hulp? (H3)

Naast het vinden van nieuwe mensen, kan het werkcentrum een bijdrage leveren door klantvragen te gidsen naar de juiste hulp. Hiervoor wordt gekeken naar de vragen waarmee klanten komen, waar zij naartoe worden verwezen en of zij tevreden zijn over het advies.

## Behouden klanten hun baan of vinden zij een nieuwe baan? (H4)

Klanten naar passende hulp verwijzen is het directe effect dat het werkcentrum nastreeft. Dit moet vervolgens leiden tot meer mensen die een passende baan vinden. Aan de klanten die de enquête hebben ingevuld, is daarom gevraagd in hoeverre zij denken dat het gesprek met de gids bijdraagt aan het vinden of behouden van hun baan.

## Wat zijn de maatschappelijke kosten en baten? (H5)

De antwoorden op bovenstaande drie vragen worden beantwoord in hoofdstuk 2 t/m 4. De antwoorden vormen vervolgens de basis voor de MKBA van het werkcentrum.

Hfd. 2

## **Kwantitatief effect op klanten - Worden nieuwe mensen gevonden?**



# Direct vanaf de start vinden maandelijks gemiddeld 200 mensen het werkcentrum voor hulpvragen

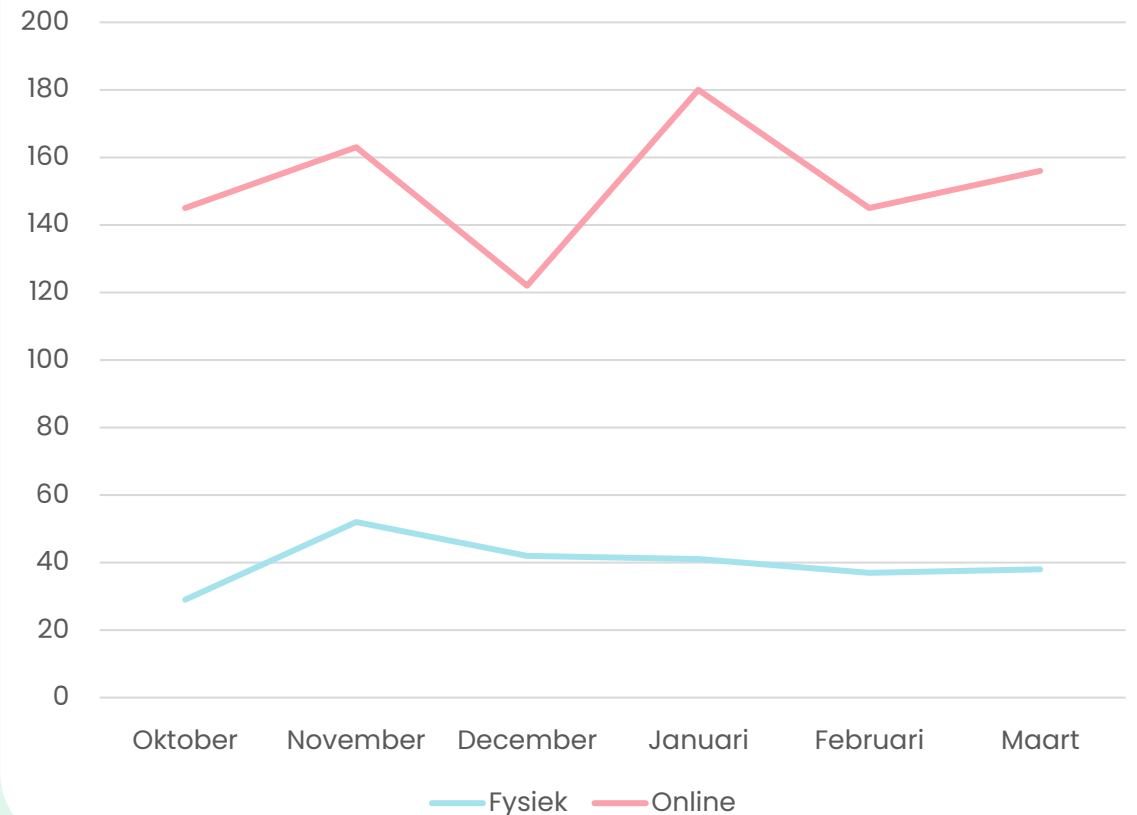
## Werkcentrum bereikt mensen direct vanaf de start

Sinds de opening in oktober 2025 heeft het werkcentrum in **totaal 1151** personen bereikt. Met een gemiddelde van bijna **200 contacten per maand** kende de organisatie direct een relatief goede start; zo werden er in de openingsmaand direct 174 mensen geholpen. Het grootste deel van de mensen heeft contact gehad met een online gids. Gemiddeld worden er per maand 151 mensen op deze manier geholpen, tegenover 40 mensen die op de fysieke locatie in Leeuwarden worden geholpen.

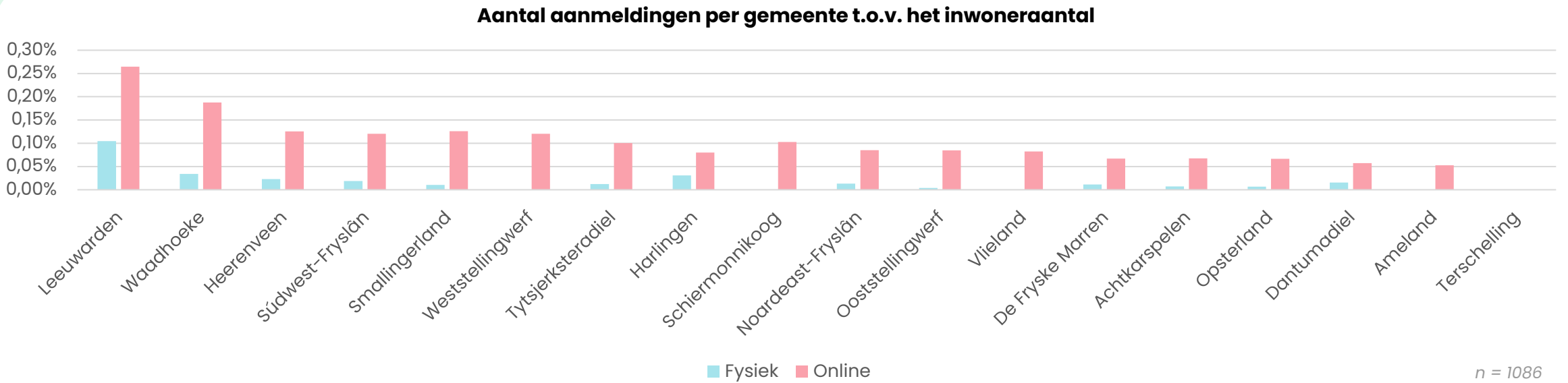
Deze aantallen lijken te danken aan de naamsbekendheid van de voorloper, Het Noorden Werkt Door, maar ook door de Friese lanceringscampagne rondom het werkcentrum. Nog niet alle capaciteit wordt ten volle benut. De gidsen hebben ruimte om meer mensen te helpen. Ten tijde van het onderzoek was de nationale campagne nog niet gestart. De verwachting is dat dit zal leiden tot meer aanmeldingen.

	<b>Totaal aantal mensen bereikt</b> (okt t/m mrt)	<b>Gemiddeld aantal mensen per maand</b>
<b>Fysiek</b>	240	40
<b>Online</b>	911	151

## Aantal aanmeldingen per maand



# Het werkcentrum bereikt inwoners uit bijna alle gemeenten in de provincie Fryslân



## **Werkcentrum Fryslân bereikt inwoners uit vrijwel de gehele provincie, vooral via online dienstverlening**

Werkcentrum Fryslân wil er zijn voor iedereen in Fryslân met een vraag over werk. De provincie Fryslân bestaat uit 18 gemeenten en het werkcentrum heeft op het moment van schrijven inwoners geholpen uit 17 van de 18 gemeenten. In bovenstaande grafiek zijn de klanten afgezet ten opzichte van het inwoner aantal per gemeente. Hieruit blijkt dat de dienstverlening binnen vier maanden voet aan de grond heeft gekregen in nagenoeg alle gemeenten. Vooral door middel van de intake door de digitale gids worden veel mensen bereikt. Hoe verder de gemeentes liggen van Leeuwarden hoe minder vaak deze inwoners logischerwijs fysiek binnen lopen.

# Het werkcentrum bereikt zoals beoogd vooral de doelgroepen die anders geen dienstverlening zouden krijgen

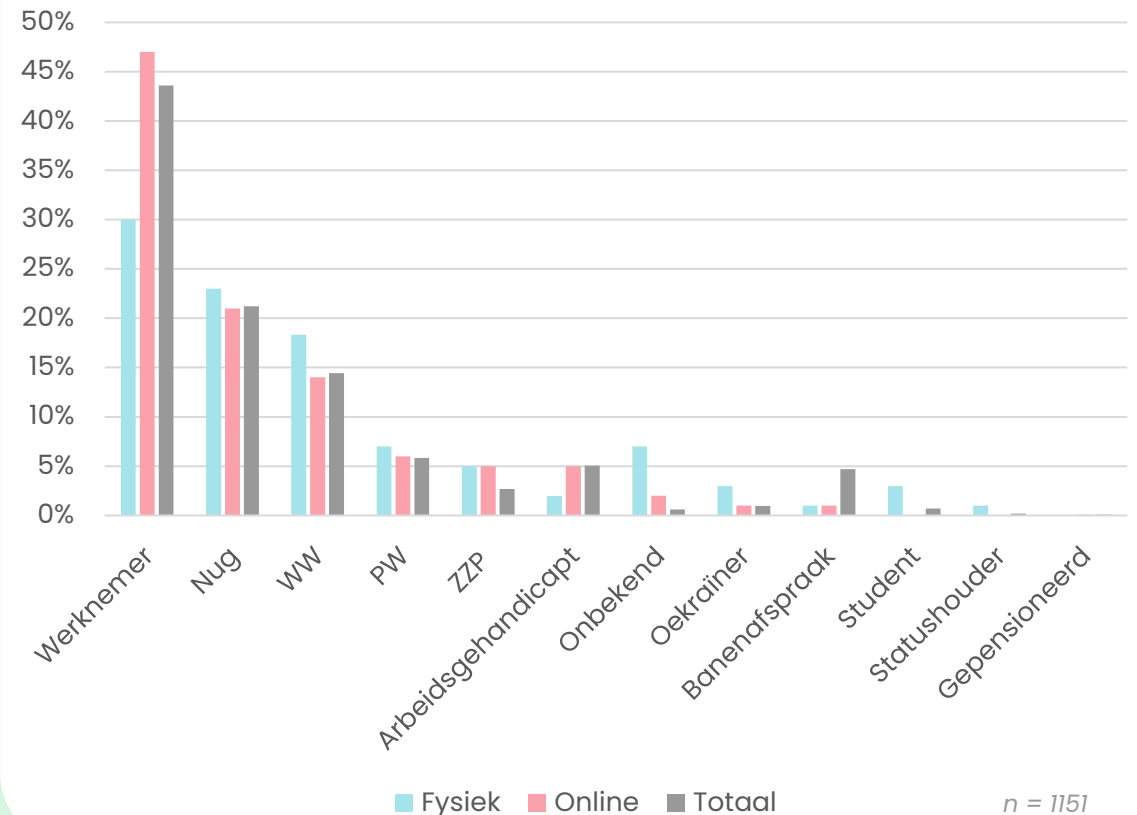
## Werkcentrum bereikt vooral werkenden, gevolgd door de groep nuggers

Werkcentrum Fryslân richt zich zowel op werkenden als op werkzoekenden met een vraag over werk. Op basis van de dataregistratie van de gidsen van het werkcentrum wordt duidelijk dat het werkcentrum vooral veel werkenden helpt (44%). Dit past bij de ambitie van het werkcentrum om juist ook deze doelgroep te bedienen omdat voor deze doelgroep tot dit moment geen bekend en onafhankelijk loket aanwezig was.

Naast de groep werkenden, helpt het werkcentrum ook een grote groep werkzoekenden. De groep niet uitkeringsgerechtigden ('nuggers') is daarin de grootste (21%). Voor deze mensen is vaak weinig dienstverlening beschikbaar en het werkcentrum wil juist ook voor deze groep een oplossing bieden. Naast de groep nuggers, worden er ook inwoners bereikt met een WW-uitkering (14%) of bijstandsuitkering (6%). Deze groepen zijn uiteraard ook welkom bij het werkcentrum, maar zullen in de praktijk vaak worden verwezen naar de gemeente of het UWV.

Tot slot bereikt het werkcentrum een beperkt aantal andere doelgroepen die worden geregistreerd, zoals arbeidsgehandicapten, Oekraïners, statushouders, jongeren en mensen met een banenafpraakindicatie. Deze groepen worden in de praktijk minder vaak bereikt. Hier ligt verbeterpotentieel voor het werkcentrum.

Aantal aanmeldingen per doelgroep



# Ruim een kwart van de klanten vindt zonder het werkcentrum niet direct hulp

## Werkcentrum Fryslân is aanvullend op bestaande dienstverlening

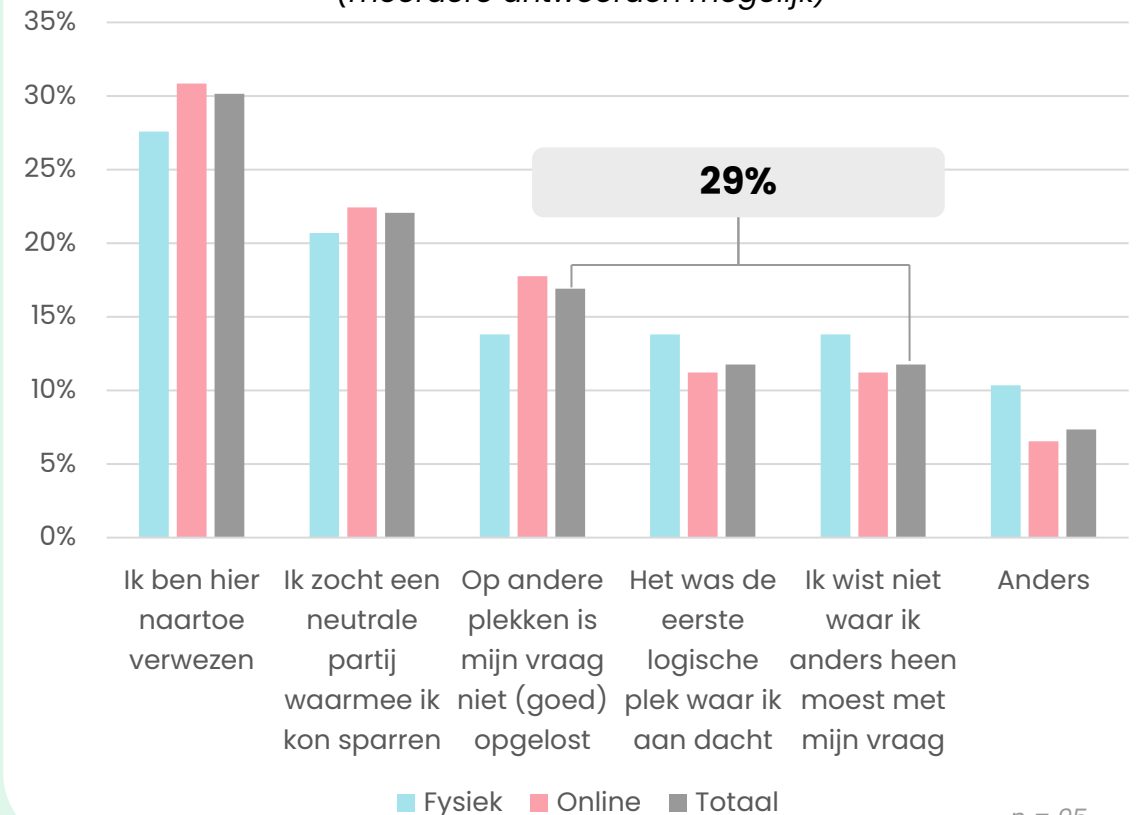
Klanten die de enquête hebben ingevuld, is gevraagd aan te geven waarom zij naar het werkcentrum zijn gegaan. 17% van de klanten geeft aan dat zijn/haar vraag niet goed is opgelost op andere plekken en 12% weet niet waar ze anders heen zouden moeten gaan. Dit vormt een indicator dat ruim een kwart van de bereikte klanten een nieuwe doelgroep is die anders geen (passende) hulp zou vinden. Daarnaast is 22% van de klanten op zoek naar een neutrale partij om mee te sparren. Het werkcentrum is zo'n onafhankelijke partij, wat mogelijk drempelverlagend kan werken voor klanten.

Het grootste deel van de klanten dat de enquête heeft ingevuld (30%), is verwezen door een andere partij. Dit betekent mogelijk dat zij bij het eerdere 'loket' niet op de juiste plek waren of dat de dienstverlening via het werkcentrum de logische route is omdat het bijvoorbeeld gaat om niet uitkeringsgerechtigden (nuggers).

Een klein deel van de respondenten (7%) is om een andere reden naar het werkcentrum gekomen. Bijvoorbeeld omdat zij het werkcentrum (toevallig) tegenkwamen op internet of omdat zij erop zijn geweest door iemand uit hun netwerk.

## Reden voor klant om naar het werkcentrum te gaan

(meerdere antwoorden mogelijk)



n = 95

# Driekwart van de klanten lijkt niet voldoende te zijn geholpen bij de instantie(s) waar ze eerder zijn geweest

## Klanten zijn vaak bij het UWV, de gemeente of een uitzendbureau geweest

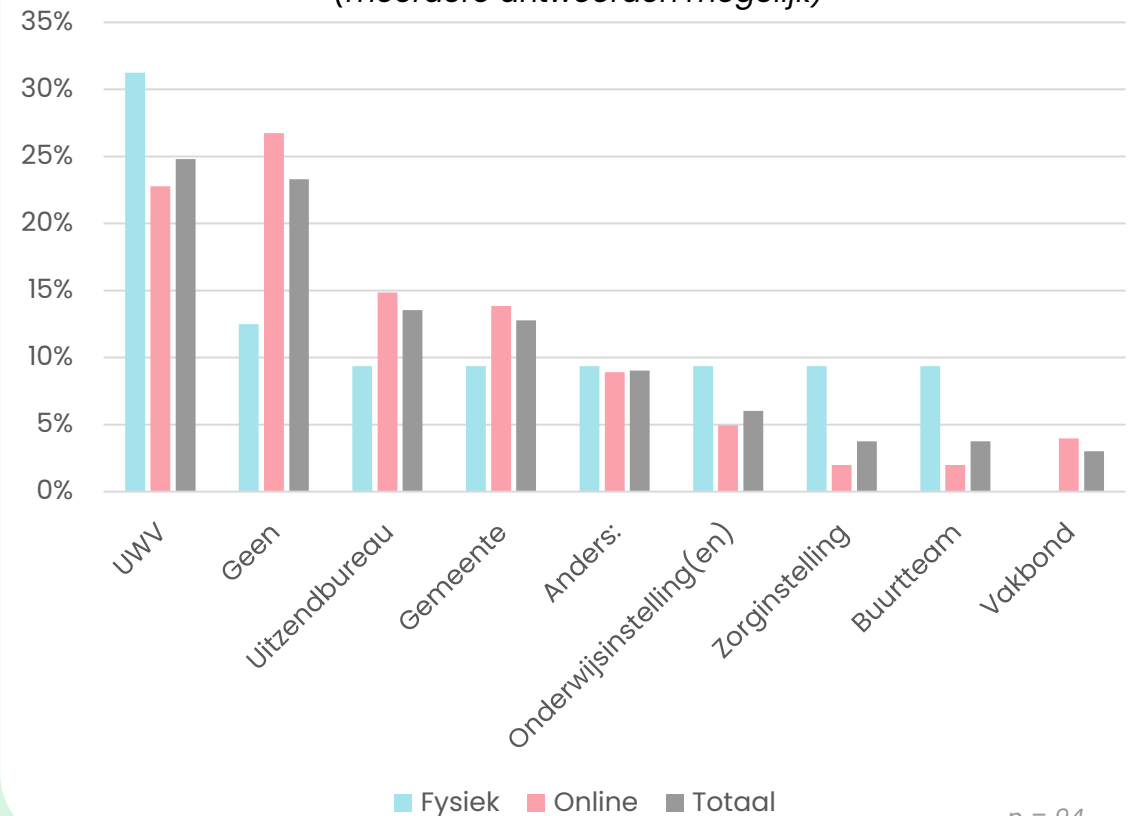
Ruim driekwart (77%) van de klanten geeft aan dat zij al bij een andere organisatie zijn geweest met hun vraag. Dit laat niet alleen zien dat klanten veel opties hebben voor hun vragen, maar ook dat deze in veel gevallen niet eerder zijn opgelost of dat er meerdere kanalen worden geraadpleegd.

Een kwart van de klanten is eerder bij het **UWV** geweest, gevolgd door 14% van de klanten die hun vraag eerder hebben gesteld bij een **uitzendbureau**. Daarnaast is 13% van de klanten al bij de **gemeente** geweest. Andere partijen zoals onderwijs- of zorginstellingen worden minder vaak genoemd.

Het feit dat bijna een kwart van de klanten niet bij andere organisaties is geweest, heeft drie mogelijke verklaringen:

- Het werkcentrum bereikt nieuwe mensen die eerder geen hulp vonden
- Het werkcentrum bereikt doelgroepen die eerder niet geholpen konden worden
- Het werkcentrum bereikt klanten die net zijn begonnen met hulp zoeken

Organisatie(s) waar de klant al is geweest met zijn/haar vraag  
(meerdere antwoorden mogelijk)



n = 94

# Als het werkcentrum er niet was geweest, waren klanten vooral naar de gemeente, UWV of het uitzendbureau gegaan

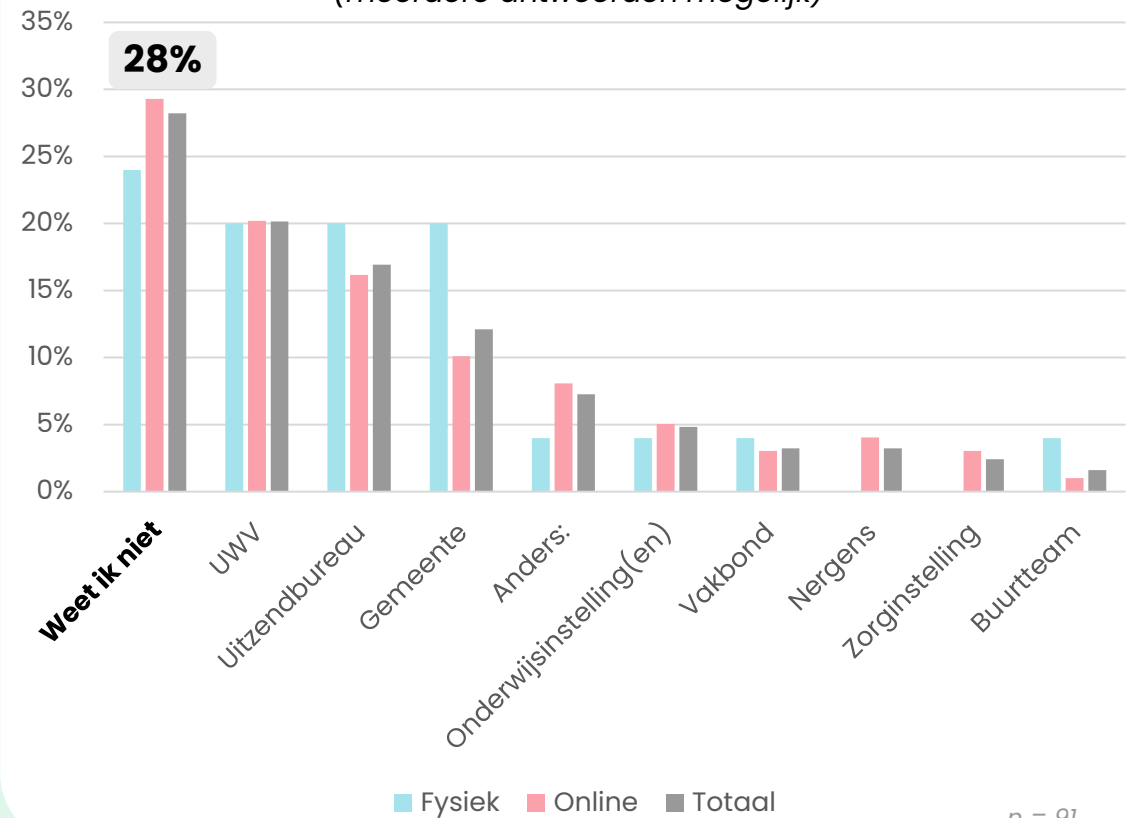
## Inwoners kunnen naar veel 'loketten' met hun vraag over werk

Inwoners die een vraag hebben over werk, kunnen naar veel verschillende 'loketten' toe met hun vraag. Er zijn veel plekken ingericht voor dit soort vragen, maar inwoners kunnen daar niet altijd (meteen) geholpen worden. Dat het soms lastig is voor inwoners om te bepalen waar zij heen moeten met hun vraag, blijkt ook uit de enquête die is uitgezet onder klanten van het werkcentrum. Bijna 30% van de klanten geeft aan niet te weten waar hij/zij heen was gegaan als het werkcentrum er niet was geweest.

Bijna een derde van de klanten was naar het UWV (20%) of de gemeente (12%) gegaan als het werkcentrum er niet was geweest. Deze samenwerkingspartners van het werkcentrum zijn dus voor een deel van de inwoners een mogelijke stap bij het zoeken naar werk.

Tot slot valt op dat 17% van de klanten naar een uitzendbureau was gegaan als het werkcentrum er niet was geweest. Een deel van de groep die zich aanmeldt, denkt ook dat het werkcentrum banen aanbiedt.<sup>1</sup> Zo blijkt ook uit de gesprekken met de gidsen. De rol van het werkcentrum t.o.v. uitzendbureaus is daarmee een aandachtspunt in de communicatie van het werkcentrum.

Plek waar klant heen was gegaan als het werkcentrum er niet was  
(meerdere antwoorden mogelijk)



n = 91

# Het verhaal van Tim: dankzij een prettig en duidelijk gesprek voelt hij zich serieus genomen en heeft hij meer vertrouwen



Tim woont in Leeuwarden met zijn vriendin en hun kat en hond. Hij is al langere tijd op zoek naar werk, maar het lukt hem niet om ergens tussen te komen. Sinds zijn afstuderen in 2013 liep hij regelmatig aan tegen het gebrek aan werkervaring. Op een banenbeurs in de wijk hoorde hij over het Werkcentrum.

In zijn zoektocht naar hulp had Tim al met verschillende organisaties contact gehad. Bij de gids van het werkcentrum voelde dat anders. Daar was ruimte om zijn situatie uit te leggen en samen te kijken naar wat wél mogelijk is. *“Het gesprek was prettig en duidelijk. Vooral de heldere communicatie en de nuchtere benadering gaven me vertrouwen.”*

Inmiddels zoekt Tim samen met een loopbaanbegeleider ook of omscholing passend kan zijn. Wat voor hem het verschil maakt, is dat er breder wordt gekeken dan alleen solliciteren. Via toetsen en vervolggesprekken krijgt hij meer zicht op zijn mogelijkheden en op werk dat beter bij hem past.

Voor Tim zit de meerwaarde van het werkcentrum in het persoonlijke contact en het meedenken over nieuwe richtingen. *“Ik voel me serieus genomen en ik heb weer het idee dat ik niet alles alleen hoef uit te zoeken.”*

A photograph of a group of people sitting in a circle, possibly in a meeting or workshop. The focus is on a hand in the foreground, which is holding a small object. The background is blurred, showing other people and a table.

Hfd. 3

## **Kwantitatief effect op klanten – Vinden mensen passende hulp?**

# Klantvraag: De meeste klanten hebben behoefte aan hulp bij het uitzoeken welk werk bij hen past

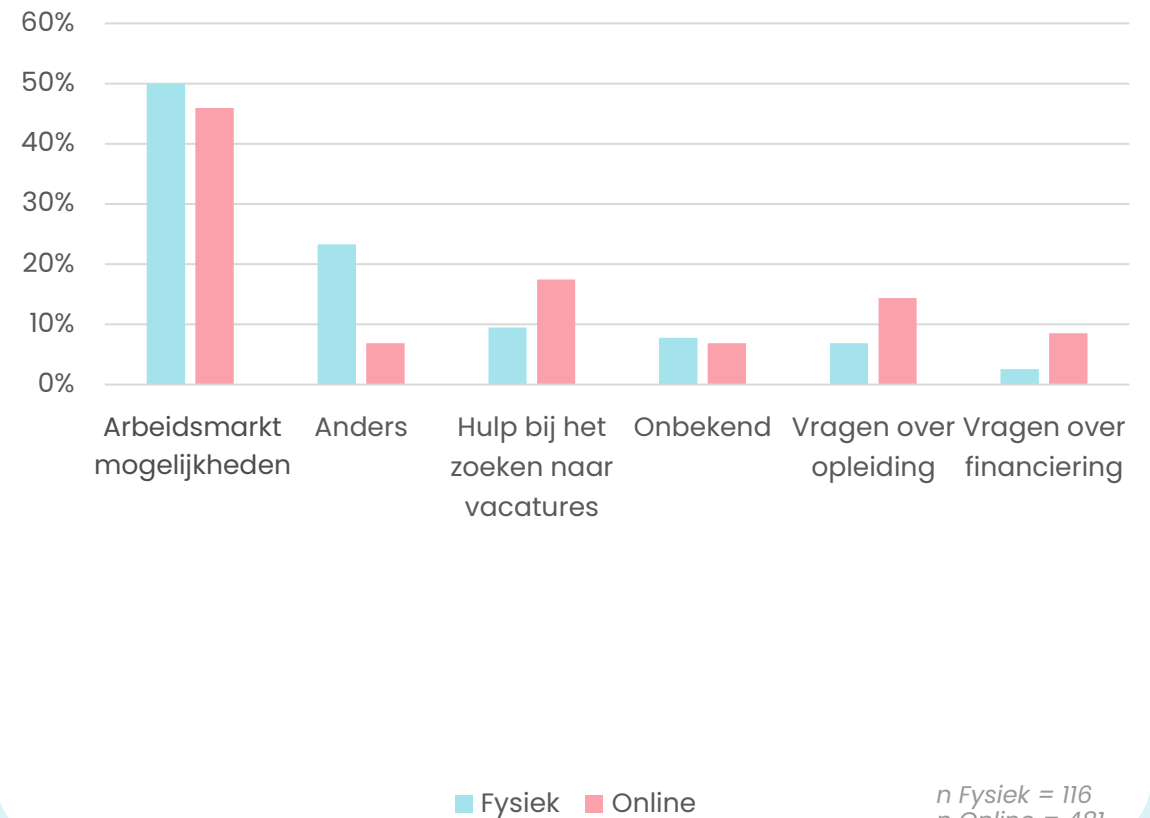
## Bijna de helft van de klanten zoekt hulp over arbeidsmarktmogelijkheden

De gidsen van het werkcentrum houden sinds begin 2026 op uniforme wijze bij met wat voor vragen klanten naar het werkcentrum komen. Bijna de helft van de klanten heeft een vraag op het gebied van arbeidsmarktmogelijkheden. Zij zijn bijv. benieuwd welk werk bij hen past en wat hun kansen zijn op de arbeidsmarkt. Ook zijn er klanten die concrete hulp nodig hebben bij het zoeken naar een baan of vacatures: 17% van de online gesprekken gaat hierover t.o.v. 9% van de fysieke gesprekken. Het feit dat veel vragen over arbeidsmarktmogelijkheden en het zoeken naar werk gaan, sluit goed aan bij de oorspronkelijke gedachte achter het werkcentrum.

Klanten hebben niet alleen vragen over werk, maar soms ook over opleidingen. Zo vraagt 14% van de online klanten hoe hij/zij zich kan laten omscholen en heeft 7% van de fysieke gesprekken dit thema. Daarnaast heeft minder dan 10% van de klanten een vraag over de financiering. Dit kan gaan om financiering van scholing, maar ook om andere vormen.

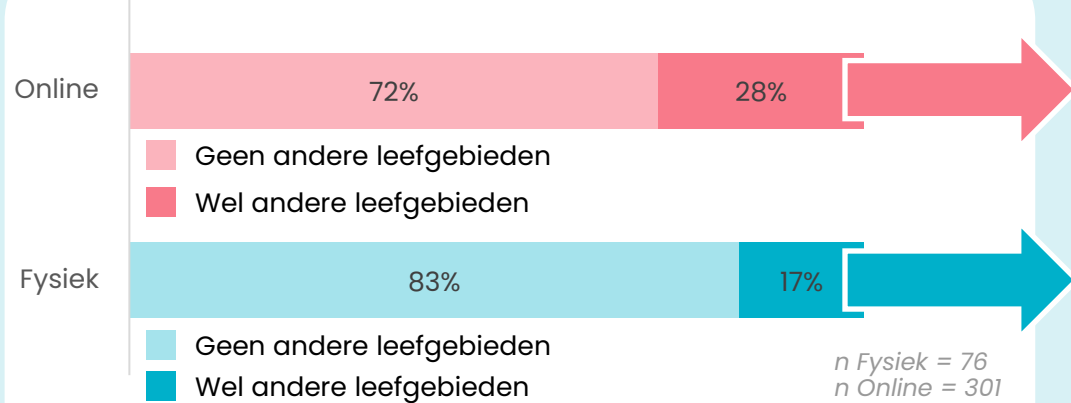
Verder valt op dat vooral in de fysieke gesprekken andere thema's naar voren komen. Op basis van de open antwoorden die gidsen hebben geregistreerd in deze gevallen, komt naar voren dat deze klanten specifieke wensen hebben in het werk (bijv. Engelstalig) of dat zij op zoek zijn naar een leerwerkplek, werkervaringsplek of stage.

Type vragen van klanten



# Klantvraag: in de gevallen dat er bij inwoners iets speelt op de achtergrond, is dit vaak op het gebied van gezondheid

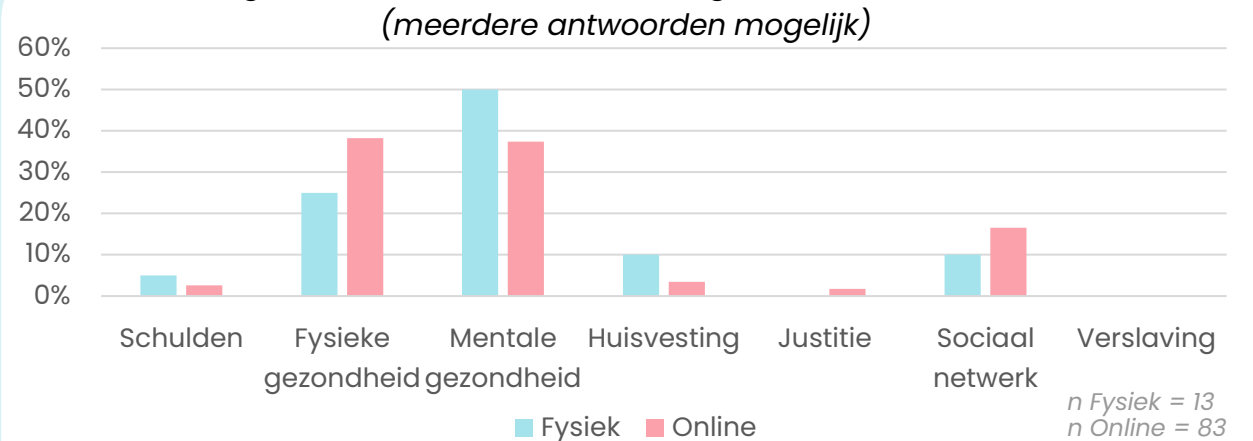
## Aantal klanten waar iets is geregistreerd op andere leefgebieden



### De mate van achterliggende problematiek is relevant voor de maatschappelijke waarde als gids

Aan de gidsen van het werkcentrum is gevraagd om vanaf 1 februari bij te houden of er bij klanten ook iets speelt op andere leefgebieden. Enerzijds omdat achterliggende problematiek erop kan duiden dat een klant meerdere hulpvormen nodig heeft voordat hij/zij weer aan werk kan. Een gidsfunctie zou vanuit die optiek meerwaarde bieden. Anderzijds kan de achterliggende problematiek de oorzaak zijn van het werkloos zijn. Zo blijkt uit de literatuur dat 31% van de mensen die werkloos zijn, gebruik maken van de GGZ t.o.v. 9% van de werkenden.<sup>1</sup> Dit gegeven is relevant voor de berekende maatschappelijke baten.

## Andere leefgebieden waar klanten in deze gevallen mee te maken hebben



### Mentale problematiek is het vaakst geregistreerd

De problematiek op fysieke gezondheid en mentale gezondheid komen relatief vaak naar voren. Tijdens een van de werksessies met de projectgroep is deze bevinding gedeeld. De leden van de projectgroep herkennen dit beeld en geven aan dat er op het gebied van mentale gezondheid vaak sprake is van stress of een verstoorde werk-privé balans. Als het gaat om fysieke gezondheid, betreft het vaak klanten die fysiek zwaar werk doen, bijv. in de bouw of de zorg.

*Noot: Problematiek wordt vooral geregistreerd bij de online klanten die via een vast stramien bevroegd worden. Fysieke gesprekken kunnen ook relatief kort duren waardoor de diepgang niet bereikt wordt voor deze registratie.*

# Passende hulp: meeste klanten worden verwezen naar het regionaal team waarbij zij hulp krijgen rondom hun loopbaan

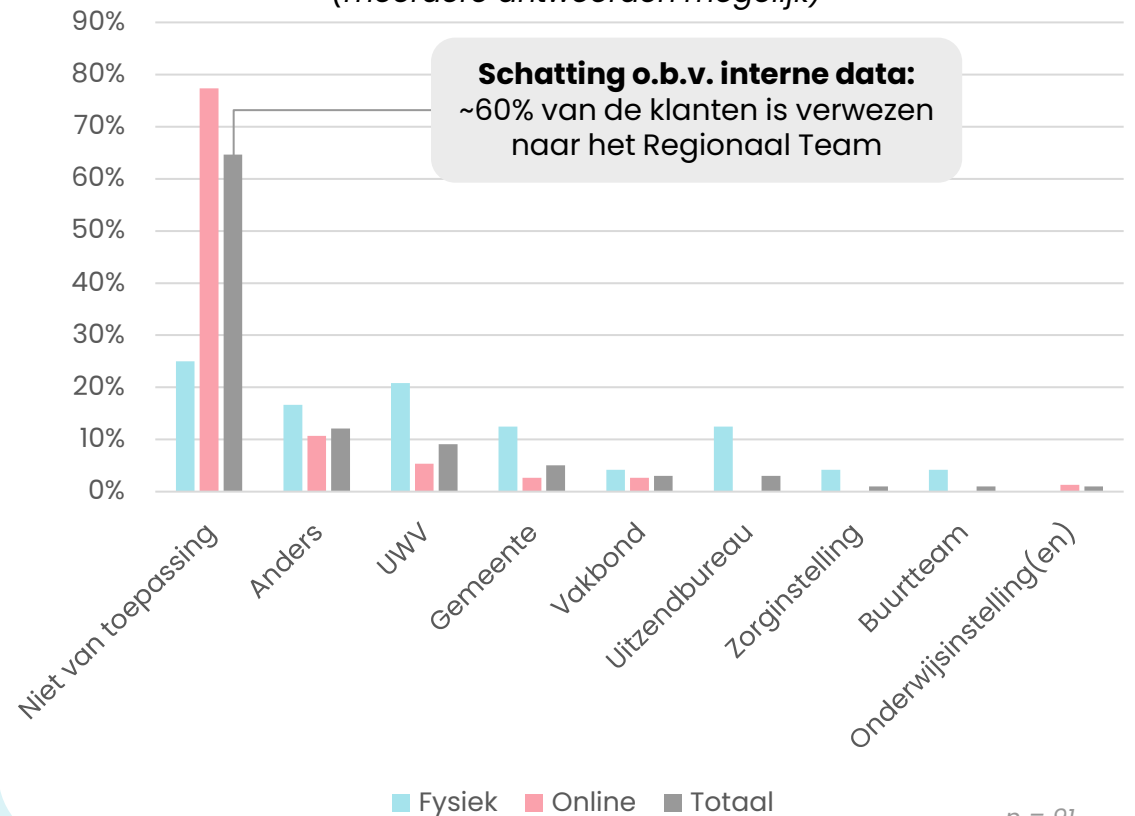
## Werkcentrum kanaliseert de hulpverlening voor klanten

Een van de primaire taken van het werkcentrum, is het verwijzen van klanten naar passende hulpverlening. Bij het werkcentrum kunnen klanten terecht met al hun vragen over werk, waarna de gids hen warm kan doorverwijzen naar de juiste plek.

Via de enquête onder klanten is aan inwoners gevraagd waar zij naartoe zijn doorverwezen. Hierbij geeft het overgrote deel (65%) aan dat dit niet van toepassing is (het regionaal team was geen keuzemogelijkheid). Dit betekent dat zij of direct geholpen zijn, of dat zij verder worden geholpen door een adviseur van het regionaal team. Deze uitkomst is gedeeld met de regisseur Werkcentrum Fryslân en bij een van de gidsen. Zij herkennen op basis van interne data het beeld dat een grote meerderheid van de klanten wordt geholpen door het regionaal team. In de praktijk ligt dit percentage dus net onder de 60%.

Het werkcentrum verwijst vooral veel klanten naar het regionaal team, wat een aanvulling is op bestaande dienstverlening. Deze klanten hadden zonder het werkcentrum geen of lastig hulp kunnen krijgen.

**Organisaties waar klanten naar zijn doorverwezen**  
(meerdere antwoorden mogelijk)



n = 91

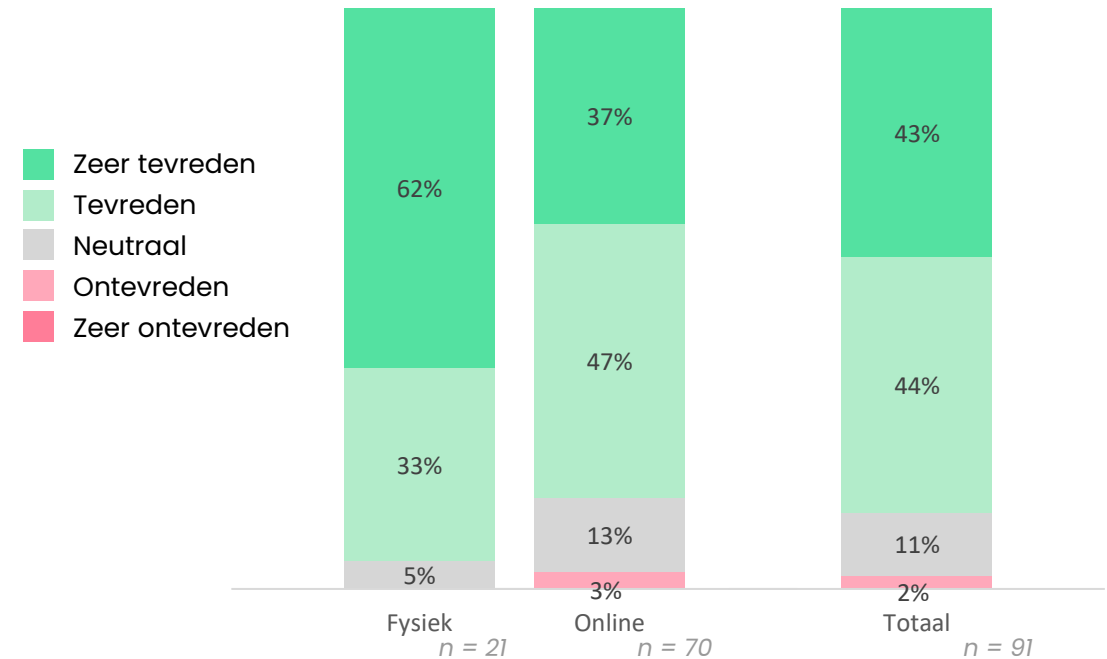
# Passende hulp: Grootste deel van klanten is tevreden over het gidsadvies voor het vinden van hulp

## Bijna alle klanten zijn tevreden over het advies van de gids

Via de enquête die is uitgezet onder klanten van het werkcentrum, is gevraagd hoe tevreden klanten zijn over het advies dat zij hebben gekregen van de gids. Het overgrote deel van de klanten (87%) is (zeer) tevreden over het advies van de gids. Vooral de klanten die een fysiek gesprek hebben gehad zijn erg tevreden. Hier is 95% van de klanten (zeer) tevreden, tegenover ruim 84% van de klanten die een online gesprek hebben gehad. Slechts een heel klein deel is ontevreden (2%).

Voor het opstellen van de MKBA is de tevredenheid van klanten één van de lichtere factoren (wegingsfactor 20%) die wordt meegenomen. De tevredenheid over het advies zegt namelijk iets over de kwaliteit van het advies dat de gids heeft gegeven. De tevredenheid is geen directe maat voor kwaliteit, maar wel een indicator. Als een klant duidelijk en passend advies heeft gekregen, zal dit ook tot meer tevredenheid leiden. Tot slot heeft de kwaliteit van advies impact op de kans dat de klant uiteindelijk een baan vindt. Wanneer de gids goed advies heeft gegeven, zal dit daarom de kans op een baan licht vergroten. Hoe dit wordt meegenomen in de MKBA samen met andere indicatoren is nader toegelicht in hoofdstuk 5.

Hoe tevreden ben je met het advies van de gids?



# Het verhaal van Robbert: samen met een loopbaanbegeleider op zoek naar werk dat bij hem past



Robbert stapte binnen bij het Werkcentrum omdat hij zich wilde heroriënteren op zijn loopbaan. Na werk in de zorg en later als administratief medewerker merkte hij steeds duidelijker dat hij op zoek is naar werk met meer menselijk contact.

De start van het traject verliep niet vlekkeloos: het duurde langer dan verwacht voordat het contact met de gids van het werkcentrum echt op gang kwam. Toen dat eenmaal gebeurde, was hij positief over het gesprek met de gids. Er werd duidelijk gecommuniceerd, goed geluisterd en ook actief meegedacht over passende vervolgstappen.

Robbert werd door de gids verwezen naar een loopbaanbegeleider. Samen kozen ze voor een nulmeting als eerste stap, zodat Robbert beter in beeld krijgt waar zijn kwaliteiten liggen en welke richting bij hem past. Dat geeft hem houvast in een periode waarin hij nog zoekende is.

*“De meerwaarde van het Werkcentrum zit vooral in de persoonlijke begeleiding en het meedenken over wat bij me past.”* Juist die duidelijkheid en structuur helpen hem om met meer vertrouwen vooruit te kijken.

Hfd. 4

## **Kwantitatief effect op klanten – Vinden of behouden mensen een baan?**



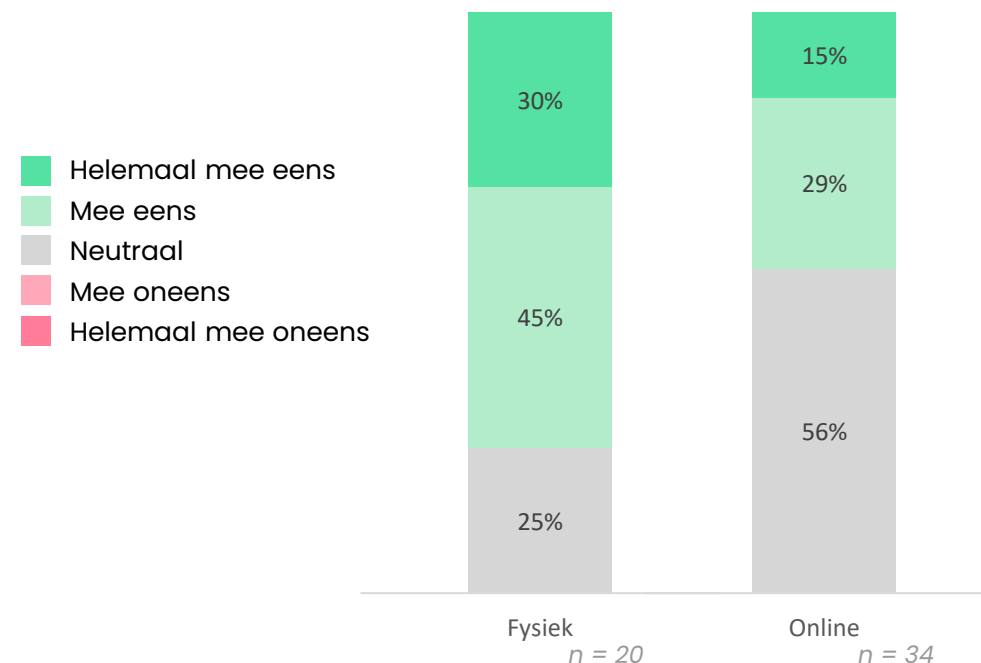
## Werk vinden: Vooral na een fysiek gesprek zijn klanten positief over het vinden van een nieuwe baan

### Bijna de helft van de klanten vindt dat het gesprek met de gids bijdraagt aan het vinden van een nieuwe baan

In de enquêtes die klanten hebben ingevuld na hun gesprek met de gids, wordt aan klanten gevraagd of zij vinden dat het gesprek met de gids bijdraagt aan het vinden van een nieuwe baan. Vooral de klanten die fysiek op het werkcentrum zijn geweest, geven hier positieve antwoorden op. 75% van hen is het (helemaal) eens met deze stelling. Bij de klanten die een online gesprek hebben gehad, ligt dit percentage iets lager: 44% is het (helemaal) eens. Tot slot valt op dat er geen inwoners zijn die vinden dat het gesprek met de gids (helemaal) geen bijdrage levert aan het vinden van een nieuwe baan. Over het algemeen zijn de klanten positief over de bijdrage van het gidsgesprek in hun zoektocht naar een nieuwe baan.

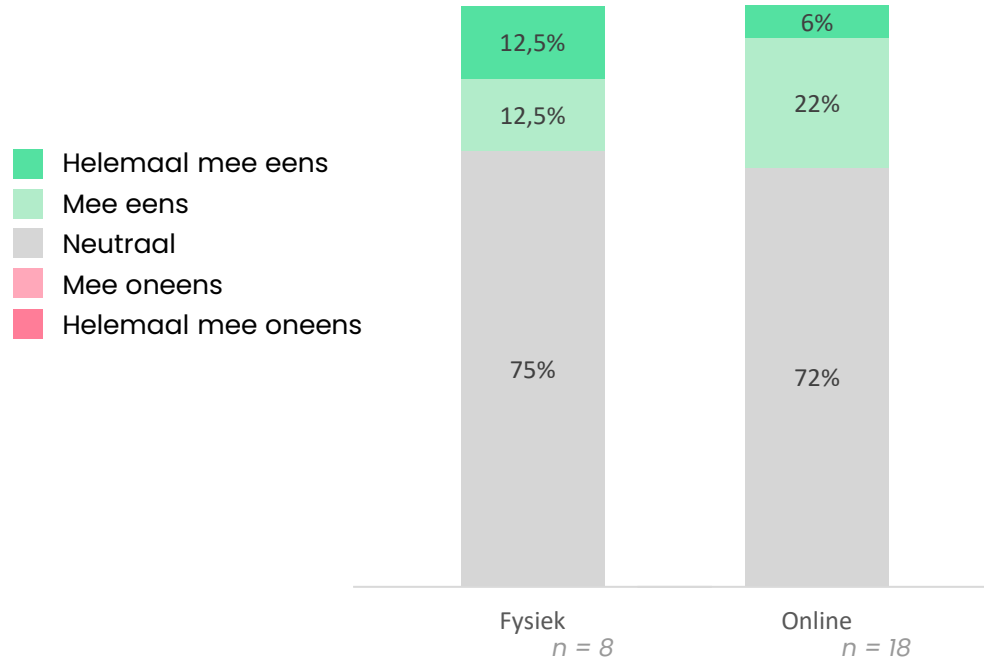
Voor het opstellen van de MKBA is het vinden van werk één van de zwaardere factoren (wegingsfactor 80%) die wordt meegenomen.

### Het gesprek met de gids het werkcentrum draagt bij aan het vinden van een nieuwe baan



## Baanbehoud: Klanten zijn gematigder positief over het behoud van hun baan

Het gesprek met de gids het werkcentrum draagt bij aan het behouden van mijn baan



### Ongeveer een kwart van de klanten vindt dat het gesprek met de gids bijdraagt aan het behoud van hun baan

In de enquêtes die klanten hebben ingevuld na hun gesprek met de gids, is ook gevraagd of zij vinden dat het gesprek met de gids bijdraagt aan het behoud van hun baan. Klanten reageren licht positief op de stelling, maar minder positief dan op de vraag over het vinden van een nieuwe baan. Ondanks het feit dat dit percentage lager ligt dan bij het vinden van een nieuwe baan, mag het werkcentrum hier positief over zijn. Uit cijfers blijkt dat slechts 3% van de werkenden in de WW terecht komt<sup>1</sup>, terwijl ruim een kwart van de klanten aangeeft dat het werkcentrum een bijdrage heeft geleverd aan het behoud van hun baan.

Het onderscheid tussen de fysieke en online gesprekken komt hier minder naar voren. De klanten die een online gesprek hebben gehad zijn iets positiever dan de klanten die een fysiek gesprek hebben gehad. Respectievelijk 28% en 25% is het (helemaal) eens met de stelling. Tot slot zijn er ook voor deze stelling geen inwoners die aangeven dat het gesprek met de gids (helemaal) geen bijdrage levert aan het behoud van hun baan. De bijdrage wordt dus iets lager gewaardeerd, maar er zijn geen inwoners die vinden dat het gesprek (helemaal) geen bijdrage heeft geleverd. Voor het opstellen van de MKBA is baanbehoud één van de zwaardere factoren (wegingsfactor 80%) die wordt meegenomen.

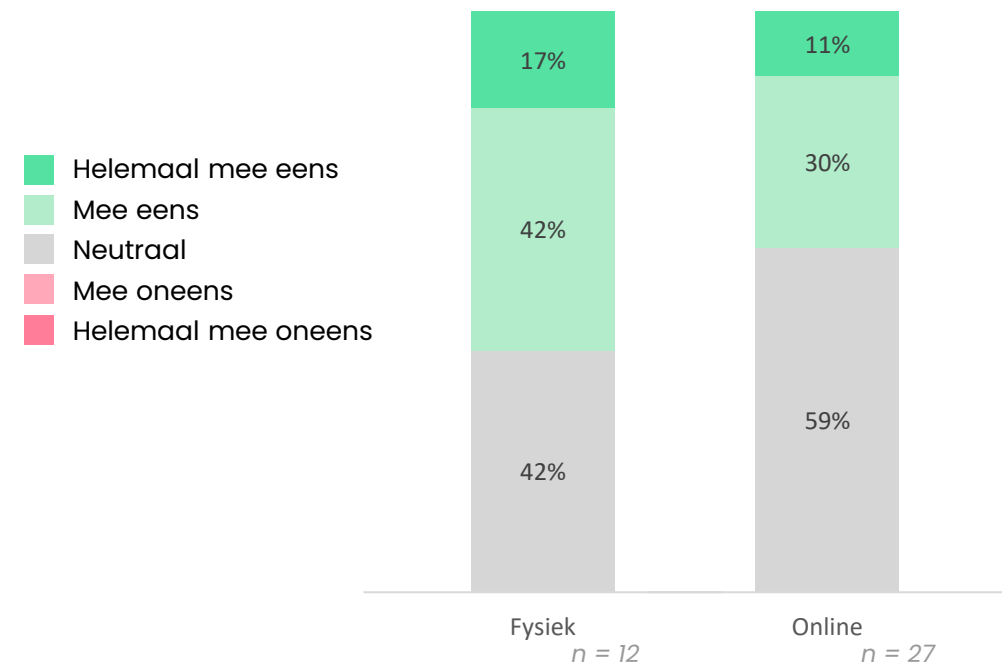
# Opleiding vinden: Gesprekken met de gids dragen volgens inwoners ook bij aan het vinden van een opleiding

## Gesprek met de gids draagt niet alleen bij aan het vinden of behouden van werk, maar ook aan het vinden van een opleiding

In de enquêtes is ook aan klanten gevraagd of zij vinden dat het gesprek met de gids bijdraagt aan het vinden van een opleiding. Vooral de klanten die een fysiek gesprek hebben gehad, zijn hier positief over. Ruim de helft (59%) is het (helemaal) eens met deze stelling. De klanten die een online gesprek hebben gehad, zijn gematigder positief. Ruim een derde van deze klanten (41%) is het (helemaal) eens met de stelling.

Het werkcentrum draagt dus niet alleen bij in de zoektocht naar een nieuwe baan of bij het behoud van de huidige baan, maar ook bij het vinden van een (passende) opleiding. Er zijn geen klanten die vinden dat het gesprek met de gids van het werkcentrum geen bijdrage levert aan het vinden van een nieuwe opleiding. Niemand is het (helemaal) oneens met de stelling.

## Het gesprek met de gids het werkcentrum draagt bij aan het vinden van een opleiding



# Het verhaal van Anne: met meer rust en ruimte op zoek naar een baan die bij haar past



Anne kreeg na haar studie te maken met post-covid. Dat had grote invloed op haar zoektocht naar een baan. Ze wil graag werken en bijdragen, maar in de praktijk is dat niet makkelijk. Door haar gezondheid, het ontbreken van werkervaring en haar persoonlijke situatie liep ze regelmatig vast in haar zoektocht naar werk.

Met die vraag stapte ze binnen bij het Werkcentrum: *hoe vind ik werk dat past bij wat ik kan?* Het gesprek met de gids van het werkcentrum bleek voor Anne van waarde. Er was aandacht voor haar verhaal, voor de ingewikkelde situatie waarin ze zat en voor de inspanningen die ze zelf al had geleverd. Ze voelde zich welkom en serieus genomen. *“In plaats van alleen te kijken naar wat niet kon, keken we samen naar wat wél mogelijk was. Dat gaf me rust en een ander perspectief.”*

De gids verwees Anne door naar een loopbaancoach. In de gesprekken met deze coach was er ruimte om stil te staan bij haar mogelijkheden, haar belastbaarheid en de keuzes waar ze in sollicitaties tegenaan liep. Het werkcentrum zorgde niet direct voor een baan, maar bood Anne wel bevestiging, vertrouwen en mentale ruimte om verder te kunnen. Voor Anne zit de meerwaarde van het werkcentrum vooral in die persoonlijke benadering. *“Het gesprek hielp me om met meer rust en richting verder te kijken naar werk dat echt bij me past.”*



Hfd. 5

## **Monetair effect – Wat is de maatschappelijke financiële waarde?**



# Maatschappelijke waarde wordt berekend voor de huidige en een toekomstige situatie

## 1 **Huidige scenario:** met huidige gids bezetting

*p. 34*

In het eerste scenario is de MKBA opgesteld op basis van de huidige situatie. De maatschappelijke waarde wordt berekend op basis van de huidige instroom die wordt gerealiseerd door de huidige inzet van gidsen. De fysieke gidsen zijn op dit moment nog niet vol bezet en daarom wordt 35% van de kosten voor deze gidsen meegerekend. De opbrengsten die dit oplevert worden afgezet tegen de kosten die het werkcentrum op dit moment maakt.

## 2 **Toekomstige scenario:** met volle gids bezetting

*p. 35*

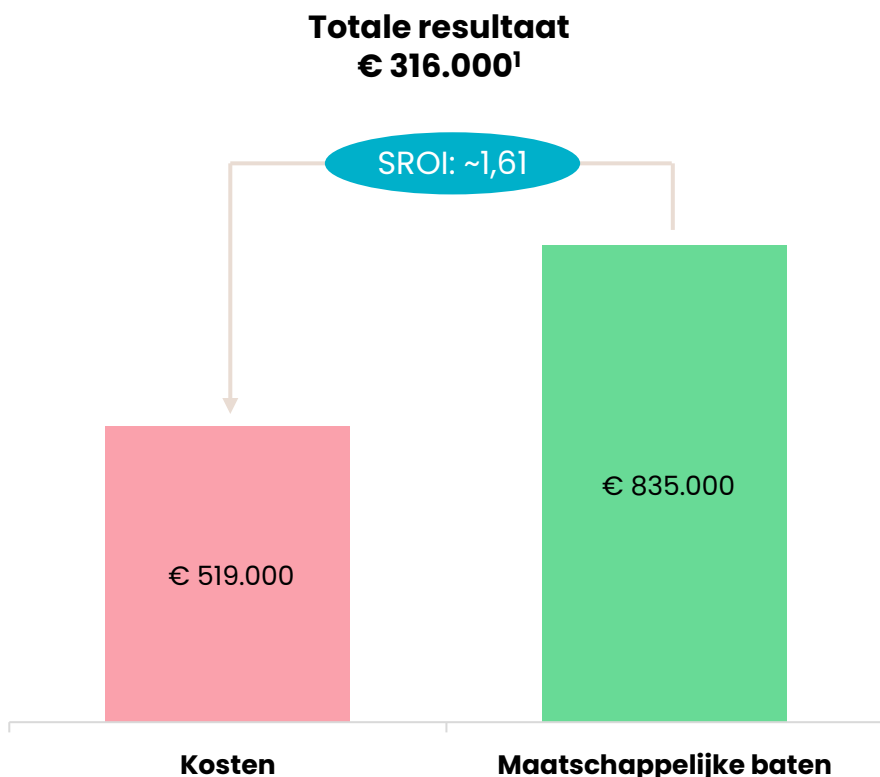
In het tweede scenario is de MKBA opgesteld op basis van de groei die het werkcentrum kan doormaken. In dit scenario is de instroom hoger, omdat de capaciteit van de gidsen beter wordt benut. Momenteel wordt de online gids volop benut, maar is er ruimte bij fysieke gidsen om meer mensen te helpen. In de huidige situatie wordt ongeveer 20% van hun capaciteit benut, wat ruimte geeft om bijna vijf keer meer klanten te helpen. De kosten zijn hoger omdat in dit scenario de volledige kosten voor de fysieke gidsen wordt meegenomen.

### **Twee scenario's omdat het werkcentrum pas recent gestart is en de potentie nog niet volledig benut wordt**

Juist omdat het werkcentrum een relatief jong samenwerkingsverband is, worden er twee MKBA's opgesteld. Eén MKBA op basis van het huidige scenario en een toekomstige MKBA, die het groeipotentieel van het werkcentrum uitdrukt in de maatschappelijke baten.

De organisatie is nu nog niet op volle kracht. In de eerste maanden is hard gewerkt aan het opstarten van de organisatie en worden er vooral veel particulieren geholpen. De dienstverlening aan werkgevers staat nog op een lager pitje. Daarnaast wordt de capaciteit van de fysieke gidsen nog niet optimaal benut. Dit biedt ruimte om de instroom van klanten te verhogen. De communicatiecampagne die sinds maart van start is, kan hier een bijdrage aan leveren.

## Huidig scenario: de loketfunctie van Werkcentrum Fryslân heeft 'Social Return of investment' van ongeveer 1,6



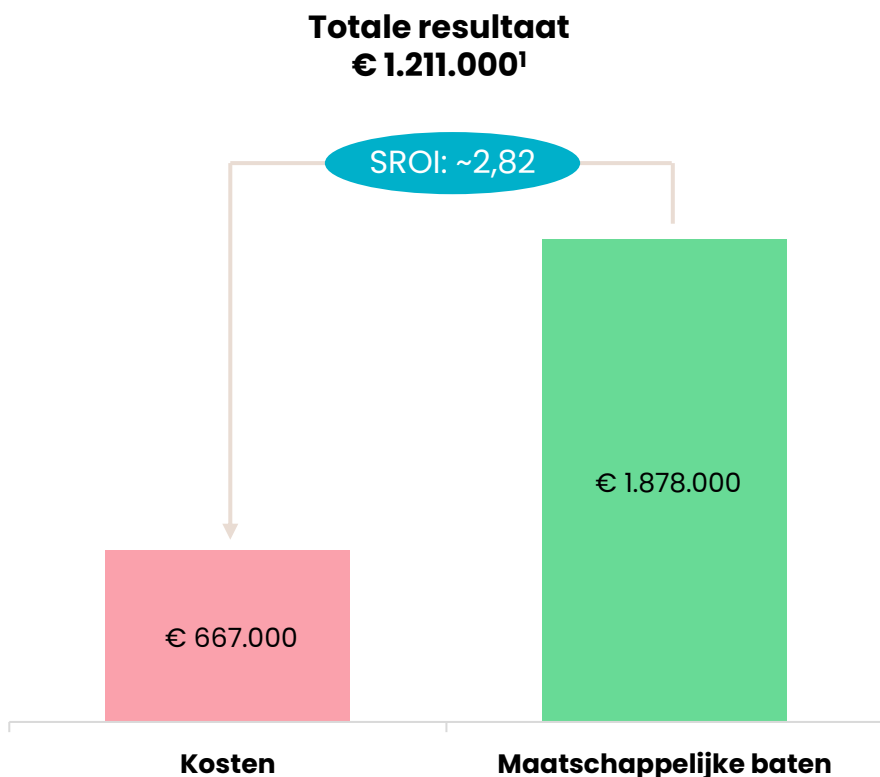
### Loketfunctie van het werkcentrum levert een positief maatschappelijk resultaat op

Op basis van de SROI-methode (zie bijlage) is een doorrekening gemaakt van de maatschappelijke baten van de loketfunctie van Werkcentrum Fryslân. De totale **maatschappelijke baten** zijn €835.000. De baten vallen onder andere op het gebied van uitkeringen, verhoogde belastingopbrengsten en verbetering van gezondheid.

Voor de kosten van het werkcentrum zijn alleen de kosten voor de loketfunctie meegenomen. De kosten voor bijv. het regionaal team zijn buiten beschouwing gelaten omdat de dienstverlening door het werkcentrum niet binnen scope van dit onderzoek is. De kosten voor de loketfunctie van Werkcentrum Fryslân zijn in het huidige scenario €519.000. In dit scenario wordt met 35% van de kosten voor de fysieke gidsen gerekend: deze gidsen zijn niet voor de volledig beschikbaar gestelde tijd werkzaam voor het werkcentrum.

Het **maatschappelijke resultaat** dat de loketfunctie van het werkcentrum oplevert is €316.000 met een SROI van 1,61. Dit betekent dat elke geïnvesteerde euro ongeveer €1,61 oplevert voor de maatschappij.

## Toekomstig scenario: De SROI kan groeien naar een SROI van ongeveer 2,8 als de instroom van klanten toeneemt



### Maatschappelijke resultaat kan groeien door fysieke gidsen nog beter te benutten

Op basis van de SROI-methode (zie bijlage) is ook een doorrekening gemaakt van de maatschappelijke baten in het **toekomstige scenario**. De totale maatschappelijke baten nemen in dit geval toe naar €1.878.000.

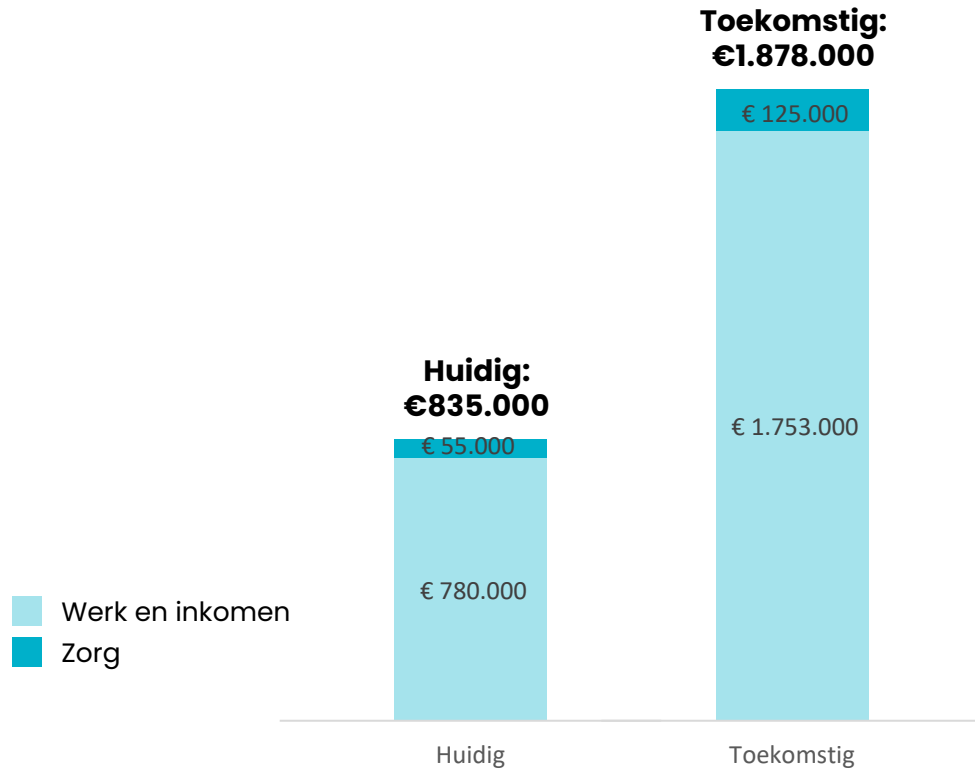
In het toekomstige scenario is het **maatschappelijke resultaat** dat de loketfunctie van het werkcentrum oplevert €1.211.000 met een SROI van 2,82. Elke geïnvesteerde euro levert in dit scenario circa €2,82 op voor de maatschappij.

Deze groei is te verklaren omdat de fysieke gidsen nog meer mensen, efficiënter kunnen helpen. In het toekomstige scenario worden de kosten voor de gidsen volledig meegerekend, waardoor de kosten oplopen tot €667.000. Omdat de gidsen in het toekomstige scenario volledig werkzaam zijn voor het werkcentrum, neemt hun efficiëntie toe.

In het toekomstige scenario is alleen het aantal klanten toegenomen. Daarom vallen de baten op dezelfde gebieden: uitkeringen, verhoogde belastingopbrengsten en gezondheid.

# Baten: Meeste baten vallen op gebied van werk en inkomen door besparingen op uitkering en belastingopbrengsten

De totale maatschappelijke baten liggen tussen de €835.000 en €1.878.000



## Het helpen van mensen uit de bijstand levert de meeste baten op

De totale maatschappelijke baten van de loketfunctie van Werkcentrum Fryslân worden geschat op €835.000 in het huidige scenario en €1.878.000 in het toekomstige scenario.

Veruit de meeste baten (93%) vallen op het gebied van **werk en inkomen**. Dit is te verdelen in een aantal onderdelen:

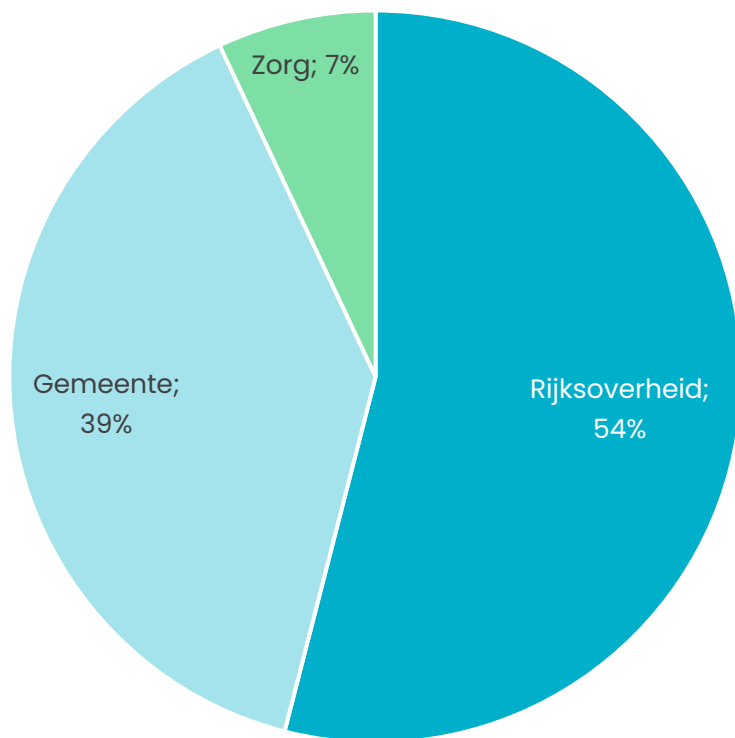
- Besparingen op WW-uitkeringen
- Besparingen op bijstandsuitkeringen
- Verhoogde belastingopbrengsten

Daarnaast draagt het werkcentrum ook bij aan de **mentale gezondheid** van klanten, door hen naar werk te helpen. 7% van de baten valt op dit gebied. Uit de literatuur blijkt dat werkenden minder vaak gebruik maken van GGZ aanbod dan mensen zonder baan. Er wordt dan ook bespaard op kosten voor de inzet van GGZ.

Tot slot zijn er ook **niet gekwantificeerde baten**. Deze baten zijn niet inzichtelijk gemaakt in euro's, maar het werkcentrum draagt hier wel aan bij. Zo komen werkgevers aan personeel dankzij het werkcentrum, waardoor de arbeidsproductiviteit stijgt. Daarnaast zorgt het gemeenschappelijk aanbieden van dienstverlening voor meer efficiëntie bij betrokken partijen.

## **Baten:** De meeste baten vallen bij de Rijksoverheid vanwege besparingen op de WW

**Baathebbenden Werkcentrum Fryslân**



### **Rijksoverheid is de grootste baathebbende van het werkcentrum**

Van de baten is ook aan te geven wie de baathebbende is. Daarbij is alleen gekeken naar de baten en niet naar de kosten die partijen evt. maken voor de loketfunctie van het werkcentrum.

Veruit de meeste baten (54%) vallen bij de Rijksoverheid. Het Rijk bespaart vooral op WW-uitkeringen, maar krijgt ook meer inkomsten omdat er meer mensen aan het werk zijn gegaan of gebleven.

Ook bij de Friese gemeenten vallen baten (39%). Zij besparen op kosten voor de bijstand.

Tot slot valt een klein deel (7%) van de baten in de zorg. Een deel van de mensen die weer aan het werk gaan, zullen minder mentale problemen ervaren. Hierdoor zal er een besparing optreden op de geestelijke gezondheidszorg.

## **Kosten:** de meeste kosten die het werkcentrum maakt, zijn voor de gidsen en de huisvesting

### Begroting voor de loketfunctie van het werkcentrum (2026)

Kostenpost	Bedrag
Fysieke gidsen*	€228.000 (in kind)
Digitale gidsen	€90.000
Huisvesting	€140.000 (in kind)
Website en marketing	€75.000
Coördinator fysiek loket	€50.000
Ondersteuning en regie	€35.000
Oprichting	€25.000
Coördinatie UWV en gemeente Leeuwarden	€24.000 (in kind)
<b>Totaal</b>	<b>€667.000</b>

*\*In het huidige scenario wordt 35% van de kosten voor de fysieke gidsen meegerekend bij het berekenen van de SROI*

### Ruim de helft van de kosten voor de loketfunctie zijn 'in kind'

De grootste kostenposten van het werkcentrum zijn de gidsen die er werkzaam zijn. Het grootste deel van deze kosten is 'in kind': het werkcentrum betaalt hier geen geld voor, maar dit wordt beschikbaar gesteld door partners. Zo wordt de inzet van de fysieke gidsen beschikbaar gesteld door de gemeente Leeuwarden en het UWV, evenals de coördinatie vanuit de gemeente en het UWV. De kosten die dit met zich meebrengt, worden gedragen door deze organisaties. Verder worden de kosten voor de digitale gids gedragen door het werkcentrum zelf.

Ook de kosten voor de huisvesting zijn 'in kind'. Het werkcentrum maakt gebruik van een ruimte die het UWV beschikbaar stelt. De waarde van deze ruimte is in de begroting uitgedrukt in euro's. Wanneer er wordt nagedacht over mogelijk opschaling is het van belang om hier rekening mee te houden. Er zijn verschillende opties mogelijk als er wordt besloten om ook op andere fysieke locaties te werken. De kosten hiervan zullen dan ook verschillen.

Verder zijn ook de kosten voor marketing, coördinatie, ondersteuning en oprichting meegenomen in de kosten. De kosten voor coördinatie en ondersteuning zijn niet volledig meegenomen omdat de werkenden binnen deze rol niet alleen bezig zijn met de loketfunctie van het werkcentrum, maar ook met andere werkzaamheden. Tot slot zijn de kosten voor oprichting verspreid over een aantal jaar, omdat dit anders een vertekend beeld geeft van één van de jaren.

Hfd. 6

## **Wat zijn de ervaringen van de samenwerkende partijen?**



## 6. Wat zijn de ervaringen van de samenwerkende partijen?

# Ervaren waarde: De waarde van het werkcentrum ligt volgens geïnterviewden vooral bij hulp van werk naar werk

### Het werkcentrum als cruciale schakel in de regionale arbeidsmarkt

De loketfunctie van het werkcentrum kanaliseert de hulpverlening voor klanten door hen warm door te verwijzen naar de juiste plek. Geïnterviewden geven het vaakst aan dat het werkcentrum een gat opvult in het huidige dienstverlenings-landschap: het helpen van mensen in werk-naar-werk trajecten en loopbaanontwikkeling. In het bijzonder noemen de geïnterviewden de meerwaarde als klanten naar sectoren worden begeleid waar veel vraag is naar werknemers.

Belangrijke genoemde succesfactoren zijn:

- **Onafhankelijk advies:** als neutrale partij doorbreekt het werkcentrum de (ervaren) afhankelijkheidsrelatie met de overheid. Dit biedt een veilige haven voor werkenden die zich buiten hun huidige werkgever om willen oriënteren.
- **Maatschappelijke regie:** de gidsen in het werkcentrum faciliteren de beweging naar tekortsectoren door de 'zoekende' beroepsbevolking proactief te begeleiden.

Hoewel de focus nu ligt op werk-naar-werk, biedt het werkcentrum volgens sommige geïnterviewden ook potentie voor specifieke doelgroepen zoals nieuwkomers, jongeren en anderstaligen.

*“Als je wil dat mensen **naar sectoren bewegen waar dat nodig is**, dan moet je dat als maatschappij organiseren. Het werkcentrum doet juist dat.”*

*“Ik zie de waarde van het werkcentrum in vooral voor mensen die **zoekenden zijn op het gebied van arbeid**. Dat zijn mensen die een andere baan willen, niet weten waar ze terecht kunnen of het niet met hun eigen werkgever kunnen bespreken.”*

– Sr. Beleidsadviseur Onderwijsinstelling

*“Ik zie de meerwaarde vooral in het werkcentrum als **onafhankelijke neutrale partij** waarmee een klant kan sparren en overleggen”*

*“Het werkcentrum vult vooral het gat in het bestaande dienstverleningslandschap, het begeleiden van mensen van **werk naar werk**.”*

– Beleidsadviseur Werk en Participatie Gemeente 1

*“Nu zit de waarde vooral nog in het helpen **van werk naar werk**. Maar als je kijkt naar de ontwikkelingen zouden we meer kunnen inzetten op nieuwkomers, jongeren en anderstaligen.”*

– Teammanager Werk en Participatie Gemeente 2

## 6. Wat zijn de ervaringen van de samenwerkende partijen?

# Ervaren waarde: Hoewel werkgeversdienstverlening in de kinderschoenen staat, wordt het potentieel onderkend

### Het werkcentrum als strategisch partner voor werkgevers

Op dit moment moet de dienstverlening voor werkgevers verder ontwikkeld worden. De gesproken organisaties en gemeenten zien echter wel degelijk de potentie van werkgeversdienstverlening. De waarde zien zij vooral in:

#### 1. Gidsfunctie en beantwoorden vragen

Werkgevers zoeken één gecoördineerd aanspreekpunt voor vragen over HR, wetgeving, subsidies en vacaturevulling. Dit voorkomt versnippering en de huidige "overvraging" door diverse instanties.

*"Ik zie het werkcentrum ook zeker van waarde voor **werkgevers die vragen hebben** over hoe je geschikte mensen kan vinden, uitval kan voorkomen of vraagstukken op het gebied van HR en Wetgeving"*

- Regiomanager VNO NCW

*"Ik zie vooral de waarde in het **tegengaan van versnippering**. Nu benaderen verschillende organisaties (economische zaken, leerbedrijven, re-integratie) dezelfde werkgevers."*

- Beleidsadviseur Werk en Participatie Gemeente 1

#### 2. Effectievere regionale branche-aanpak om werknemers te vinden

Door een regionale (in plaats van per gemeente), branchegerichte aanpak en gespecialiseerde accountmanagers wordt de match tussen vraag en aanbod effectiever. De ambitie zou kunnen zijn om een regionaal specialisme op te bouwen dat zowel de 'zoekende' werknemer als de personeelsvragende werkgever bedient.

*"**Kies voor een branchegerichte aanpak.** Er is veel winst te behalen door breder te kijken dan alleen je eigen gemeente. Zorg dat accountmanagers specialisme krijgen."*

- Regiomanager VNO NCW

#### 3. Inclusieve arbeidsmarkt

Waar gemeenten vooral benadrukken dat zij de waarde zien in het centrum als koppelfunctie voor het aannemen van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt, benadrukt VNO NCW dat zij de meerwaarde juist ook voor een veel bredere doelgroep ziet

*"Bedrijven willen best bijdragen aan de samenleving en mensen een kans geven. Het werkcentrum moet alleen **meer zijn** dan alleen maar mensen aan het werk proberen te helpen die **moeillijk aan het werk komen**."*

- Regiomanager VNO NCW

*"Er zijn nog steeds werkgevers die niet weten wat er mogelijk is als het gaat om het **aannemen van mensen met afstand tot de arbeidsmarkt**. Daar ligt een koppelfunctie voor alle aangesloten organisaties."*

- Teammanager Werk en Participatie Gemeente 2

## 6. Wat zijn de ervaringen van de samenwerkende partijen?

# Ervaren waarde: Rol en waarde van het werkcentrum is voor achterban van gesproken mensen vaak nog niet duidelijk

### Positionering en rol werkcentrum voor achterban nog onduidelijk

Hoewel 30% van de klanten wordt doorverwezen door partners, geven alle geïnterviewden aan dat de achterban vaak niet goed op de hoogte is van de rol en positionering van het werkcentrum. Er bestaat onduidelijkheid over de doelgroepen en dienstverlening die het werkcentrum wel of niet uitvoert. De communicatie over werkgevers–dienstverlening lijkt ook nog niet scherp te staan. Op de website is het voor werkgevers lastig te vinden waar ze moeten zijn. Deze onduidelijkheid zorgt ervoor dat sommige gemeenten een afwachtende houding hebben ten opzichte van het werkcentrum.

**Noot:** deze bevindingen komen van voor het moment dat de landelijke campagne is gestart.

Gesprekspartners geven een aantal adviezen mee over de positionering:

**Eenduidig label:** Streef naar een merk zo herkenbaar als de VVV, maar dan voor werk.

**Focus boven versnippering:** Voorkom dat het Werkcentrum een 'duizend dingen doekje' wordt. Zorg voor een heldere afbakening van taken.

**Optimale toegankelijkheid:** Voor werkenden is een fysieke gidsfunctie cruciaal voor 'warme' doorverwijzing. Werkgevers moeten daarentegen digitaal sneller hun weg vinden; de huidige online vindbaarheid van werkgeversdiensten behoeft directe verbetering.

*"In veel gesprekken met mensen die op afstand staan van het werkcentrum zijn er wat **vage gedachten** over wat het werkcentrum is en doet."*

*"**Label het eenvoudig, duurzaam en herkenbaar.** Ik gun Nederland een merk zo bekend als de VVV, maar dan voor werk."*

- Sr. Beleidsadviseur Onderwijsinstelling

*"Ik ben nauw betrokken bij het werkcentrum, maar het is vaak voor veel andere mensen **nog niet duidelijk** wat het werkcentrum wel of niet doet."*

- Beleidsadviseur Werk en Participatie Gemeente 1

*"Het werkcentrum is nog **best ver weg voor ons**. Het is onduidelijk waar het werkcentrum zich op richt."*

- Directeur sociale dienst

6. Wat zijn de ervaringen van de samenwerkende partijen?

## **Ervaren waarde:** Gehoopte effect op verbetering van gidskennis binnen organisaties lijkt nu nog niet te gebeuren

### **Kennisdeling van gids naar organisatie gebeurt nog weinig**

De hypothese en mogelijke wens bestaat dat gidsen de opgedane kennis ook verder verspreiden naar de collega's binnen hun eigen organisaties. In de enkele gesprekken die hierover zijn gevoerd, lijkt daarvoor nog geen bewijs te zijn. Dit ligt in lijn met de eerdere bevinding dat de achterban vaak niet op de hoogte is van de exacte positionering en werkzaamheden van het werkcentrum zelf.

Er ligt momenteel ook geen formele taak of structurele opdracht bij de gidsen om kennis actief terug te koppelen naar de eigen organisaties. De onderlinge kennisuitwisseling tussen de gidsen van het Werkcentrum wordt wel als waardevol en aanwezig ervaren.

*"Ik ben er van overtuigd dat er **kennis gedeeld** wordt tussen de gidsen onderling. Dat vind ik ook belangrijk. Of het ook **doorsijpelt** naar de organisaties zelf, daar heb ik mijn **twijfels** bij. Er ligt hiervoor ook geen opdracht bij de adviseurs om ook richting de eigen organisaties kennis te delen."*

- Sr. Beleidsadviseur Onderwijsinstelling

*"Collega's weten wel van het bestaan van het werkcentrum, maar het is nog best een **ver van hun bed show**"*

- Teammanager Werk en Participatie Gemeente 2

Hfd. 7

## Hoe zien partijen de toekomst van het werkcentrum?



# Toekomstvisie: Geïnterviewden zien potentie in outreachend werken maar ook drempels door FTE-tekort en ander beleid

## Toekomstige opschaling naar andere gemeente: outreachend werken

Alle geïnterviewden lijken het er over eens dat het eventueel opschalen naar andere gemeenten niet betekent dat er overal fysieke locaties geopend zouden moeten worden. Daarentegen wordt er gepleit voor het zogenaamde outreachend werken. Dit betekent:

1. **Focus op methode en techniek** in plaats van (kostbare) fysieke loketten per gemeente. Er wordt benadrukt dat vooral de gesprekstechniek opgeschaald moet worden d.m.v. trainingen en gebruik te maken van beproefde methodes (zoals de '10 kastjes') en digitale hulpmiddelen.
2. **Outreachinge dienstverlening** die aansluit bij de leefwereld van de inwoner door spreekuren op bestaande maatschappelijke plekken zoals bibliotheken en buurthuizen.

*"Ik zie een outreachende aanpak voor me. Maar hierbij vooral **gebruik van de bestaande initiatieven**."*

- Regiomanager VNO NCW

*"Creëer geen fysiek loket per gemeente. Mijn voorkeur gaat uit naar een **centrale locatie** (in Leeuwarden) **in combinatie met outreachend werken**."*

- Beleidsadviseur Werk en Participatie Gemeente 1

*"Je moet **daar zijn waar de inwoner zit**. Ik denk aan een inloopspreekuur op maatschappelijke plekken zoals buurthuis of bibliotheek."*

- Teammanager Werk en Participatie Gemeente 2

## Genoemde blokkades zijn capaciteitsbeperking en andere visie op het begeleiden van de doelgroepen.

Twee geïnterviewden benadrukken dat op dit moment niet alle gemeenten de waarde van het helpen van mensen van werk naar werk als prioriteit zien. De prioriteit ligt soms meer bij het helpen van werklozen naar werk dan bijvoorbeeld Nuggers. De visie van bestuurders en gemeenteraad kunnen bepalend zijn voor het wel of niet toepassen van het gedachtegoed van het werkcentrum. Ook kan het capaciteitstekort (FTE's) een beperking zijn voor het realiseren van outreachende dienstverlening.

*"De vraag is wel of gemeenten **voldoende capaciteit** (in FTE) hiervoor hebben en of gemeenten eenzelfde visie hebben op de te helpen doelgroepen."*

- Beleidsadviseur Werk en Participatie Gemeente 1

*"Investing in fysieke locaties ligt niet voor de hand. **Je loopt ook aan tegen de beschikbare capaciteit** (FTE)."*

- Directeur sociale dienst

# Toekomstvisie: Het werkcentrum als dynamische duurzame en logische plek voor inwoners en werkgevers

## **Toekomstvisie: Werkcentrum als herkenbaar en dynamisch knooppunt**

De geïnterviewden benadrukken de transformatie van het werkcentrum naar een breed gedragen, toekomstbestendige ontmoetingsplek. De kernpunten zijn als volgt samen te vatten:

**Landelijke herkenbaarheid:** Het doel is een logische, algemeen bekende naam waar iedere inwoner terecht kan met vragen over werk en loopbaan.

**Versterking scholingsadvisering:** Er ligt een cruciale opgave in het faciliteren van intersectorale overstappen. Het werkcentrum moet een actieve rol spelen in het aanbieden van de noodzakelijke scholing die deze transitie mogelijk maakt.

**Toegankelijkheid en digitalisering:** Om specifieke doelgroepen zoals jongeren en anderstaligen beter te bereiken, is een optimalisatie van de digitale toegankelijkheid noodzakelijk, onder andere door de inzet van laagdrempelige communicatiekanalen.

**Van doorgeefluik naar ontmoetingsplek:** Een gehoorde ambitie is om de huidige faciliterende rol te ontgroeien. Het werkcentrum moet evolueren naar een dynamische locatie voor werkzoekenden en werkenden die van werk naar werk willen overstappen.

*“Ik wens Nederland toe **dat we het werkcentrum jarenlang volhouden**. En dat het een soort status van bijvoorbeeld een VVV krijgt. Een logische naam die iedereen kent en weet dat je met vragen over werk naar het werkcentrum kan gaan.”*

– Sr. Beleidsadviseur Onderwijsinstelling



*“Ik hoop dat het werkcentrum in de toekomst een **dynamische ontmoetingsplek** wordt voor inwoners die op zoek zijn naar een baan of van werk naar werk willen”*

– Teammanager Werk en Participatie Gemeente 2





**Meer weten?  
Neem dan  
contact op met**

**Fedor van Berkel**

[f.van.berkel@purpose.nl](mailto:f.van.berkel@purpose.nl)

**PURPOSE**

Innovatieve oplossingen voor  
maatschappelijke vraagstukken

**PURPOSE**

# Sleutelaannames geven inzicht berekening van baten

## Effect van Werkcentrum Fryslân

## Nul scenario (wat als er geen werkcentrum was?)



## Financiële waarde van het effect

### 1. Bepalen van het effect: kans op een nieuwe baan of baanbehoud

#### Voor baan vinden en voorkomen baanverlies

Voor iedere individuele klant is een inschatting gemaakt van de hoogte van het effect op het vinden van een baan of behoud van een baan.

Deze aannames zijn gebaseerd op de metingen die zijn uitgevoerd onder de 95 klanten, waarbij zij zijn gevraagd naar de tevredenheid over het advies (weging 20%) de bijdrage die het gesprek heeft geleverd aan het vinden van een baan cq. behouden van de baan (weging 80%).

*Alleen* de mensen die neutraal of positief zijn geweest over het behoud van hun baan of vinden van een nieuwe baan zijn meegenomen in de berekening.

Vervolgens is de aanname dat slechts 80% van de klanten een correcte inschatting heeft gemaakt.

### 2. Aftrek Nul scenario

#### Voor baan vinden:

Voor werkloze mensen die bij het werkcentrum komen en op zoek zijn naar een baan, gaan we er vanuit dat als het werkcentrum er niet was geweest: **0% zelfstandig 1 maand sneller een baan zou vinden.**

#### Voorkomen baanverlies:

Voor werkende mensen die bij het werkcentrum komen, gaan we er vanuit dat (slechts) **3% zijn baan zou verliezen** als het werkcentrum er niet was geweest<sup>1</sup>. Dit is gebaseerd op het volgende: 3% van de werkenden is zijn/haar baan te verloren in 2025 en in de WW terecht gekomen. Dit percentage ligt vaak hoger bij tijdelijke contracten en ZZP'ers. De schatting van de gidsen is dat een relatief hoog aantal mensen die bij het werkcentrum tijdelijke contracten heeft (ong. 55%). Dat maakt de 3% een conservatieve inschatting.

### 3. Bepalen van de hoogte van de besparing door voorkomen van werkloosheid

#### Voor baan vinden:

De aanname is dat het gesprek met een gids het proces van het vinden van werk met **max. 1 maand versnelt**. (o.b.v. conservatieve schatting Purpose)

#### Voorkomen baanverlies:

De aanname is dat **maximaal 3 maanden werkloosheid bespaard** wordt bij mensen die hun baan verliezen. Dit is gebaseerd op het feit dat ongeveer twee derde van de mensen die hun baan verliezen langer dan 3 maanden werkloos is.<sup>2</sup>

#### Voorkomen van gezondheidszorg:

Het begeleiden van klanten naar werk draagt ook bij aan het voorkomen van gezondheidszorg.<sup>3</sup> De aanname is dat dit voor alle klanten geldt die zijn geholpen bij het vinden of behouden van een baan.

De bedragen die bespaard worden, zijn vervolgens gekoppeld aan de **Purpose maatschappelijke prijslijst** (zie bijlage).

<sup>1</sup> UWV kwantitatieve informatie 2025

<sup>2</sup> Onderzoek ING arbeidsmarktkansen

<sup>3</sup> Health effects of re-employment (Thomas et al.)

# Vereenvoudigde SROI-formule geeft inzicht in aannames en berekening maatschappelijke waarde



# Besparingen op het gebied van werk en inkomen

## WW uitkeringen

Kosten	Bedrag
WW uitkering p/j	€21.958
Uitvoeringskosten p/j	€3.734
Totaal	€25.692

### Bron

UWV en CBS

Totale uitgaven aan WW gedeeld door het aantal personen met WW uitkering

### Toelichting

In de berekening van de maatschappelijke waarde wordt gerekend met de hoogte van de uitkering en bijbehorende uitvoeringskosten

## Bijstandsuitkeringen

Kosten	Bedrag
Bijstandsuitkering p/j	€20.422
Uitvoeringskosten p/j	€3.752
Totaal	€24.174

### Bron

Onderzoek Berenschot

Gemiddelde van alleenstaanden en gehuwden (21+)

### Toelichting

In de berekening van de maatschappelijke waarde wordt gerekend met de hoogte van de uitkering en bijbehorende uitvoeringskosten

## Belastingopbrengsten

Onderdeel	Bedrag
Modaal inkomen p/j	€46.500
Te betalen belasting p/j	€11.160
Netto inkomen	€35.340

### Bron

CBS, modaal inkomen

### Toelichting

In de berekening van de maatschappelijke waarde wordt gerekend met de belastingopbrengsten o.b.v. een modaal inkomen voor inwoners die een baan vinden of behouden

# Besparingen op het gebied van zorg

## Mentale gezondheid

Indicatie	Bedrag
Licht	€858
Midden	€2.574
Zwaar	€4.289

### Bron

RIVM via CBS

Kosten psychische stoornissen. Geïndexeerd voor inflatie.

### Toelichting

In de berekening van de maatschappelijke waarde wordt gerekend met de indicatie 'licht'.