

Eindanalyse van de media effecten GrijsWerkt

Periode juni 2005 tot en met december 2007

De Regiegroep GrijsWerkt richtte zich op de aanpak van gevolgen van de vergrijzing op de arbeidsmarkt. De kernboodschap is dat werken tot 65 weer een normale zaak wordt voor iedereen. Om duurzame inzetbaarheid op de werkvloer te realiseren is leeftijdsbewust personeelsbeleid nodig.

Vanaf juni 2005 heeft de Regiegroep GrijsWerkt wekelijks een mediamonitor opgesteld.

In dit document vindt u een eindanalyse op basis van die 125 mediamonitors. Die monitor volgt dagbladen, opiniebladen, vakbladen, radio en TV op de volgende onderwerpen: arbeidsparticipatie van ouderen, leeftijdsbewust beleid en de Regiegroep zelf. Verwante algemenere onderwerpen zijn niet opgenomen zoals bijvoorbeeld: pensioen, levensloopregeling, arbeidsmarkt en vergrijzing

In deze eindanalyse kijken we naar de weergave van het onderwerp arbeidsparticipatie van ouderen in de media en de invloed die de Regiegroep in 125 weken daarop heeft uitgeoefend.

De Regiegroep GrijsWerkt heeft met "Zeg eens B" haar werkzaamheden na 3 jaar afgerond. Na 28 februari 2008 is ook het secretariaat gesloten.

De site www.senior-power.nl blijft u op de hoogte houden. Ook wordt u doorverwezen naar organisaties en initiatieven die het stokje overnemen.

Index

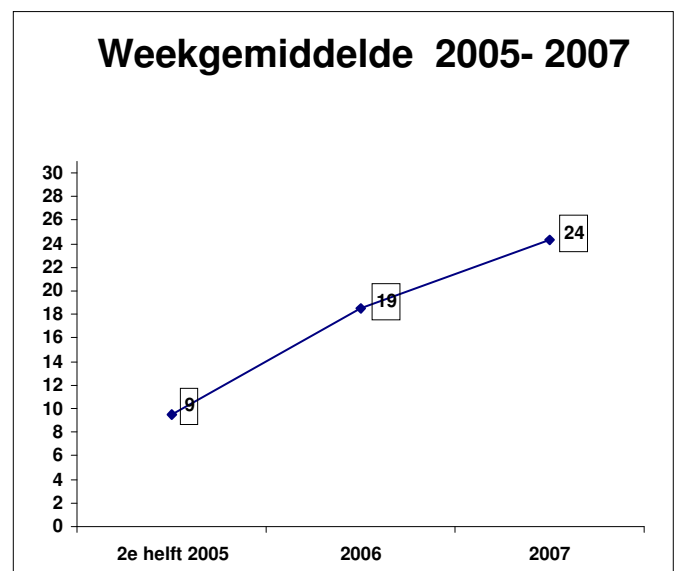
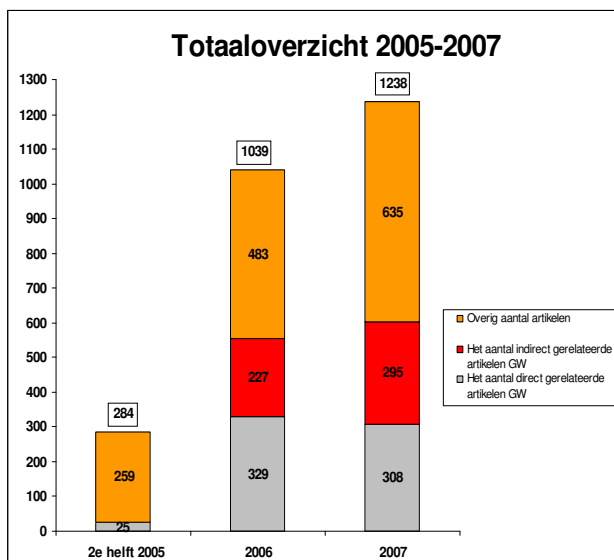
1 Algemeen overzicht	
1.1 Volume	3
1.2 Standpunt ontwikkeling	4
1.3 Soort media	5
1.4 Media inspanningen GrijsWerkt	6
2 Trends en ontwikkelingen	
2.1 Arbeidsparticipatie van ouderen	7
2.2 Leeftijdsbewust beleid	8
2.3 Overheidsbeleid	10
3 Stakeholders	
3.1 Algemeen	11
3.2 Werknemers (organisaties)	12
3.3 Werkgevers (organisaties)	12
3.4 Brancheorganisaties	12
3.5 Arbeidsbemiddelaars	12
3.6 Adviesorganen en onderzoeksinstituten	13
3.7 Ondernemingsraden	13
3.8 Speerpuntbranches	13
4 Media inspanningen Regiegroep GrijsWerkt	
4.1 Rol van GrijsWerkt	15
4.2 OR Actie	15
4.3 Senior Power Prijs	16
4.4 Regionale aandacht	16
Tot slot	17

1 Algemeen overzicht

1.1 Volume

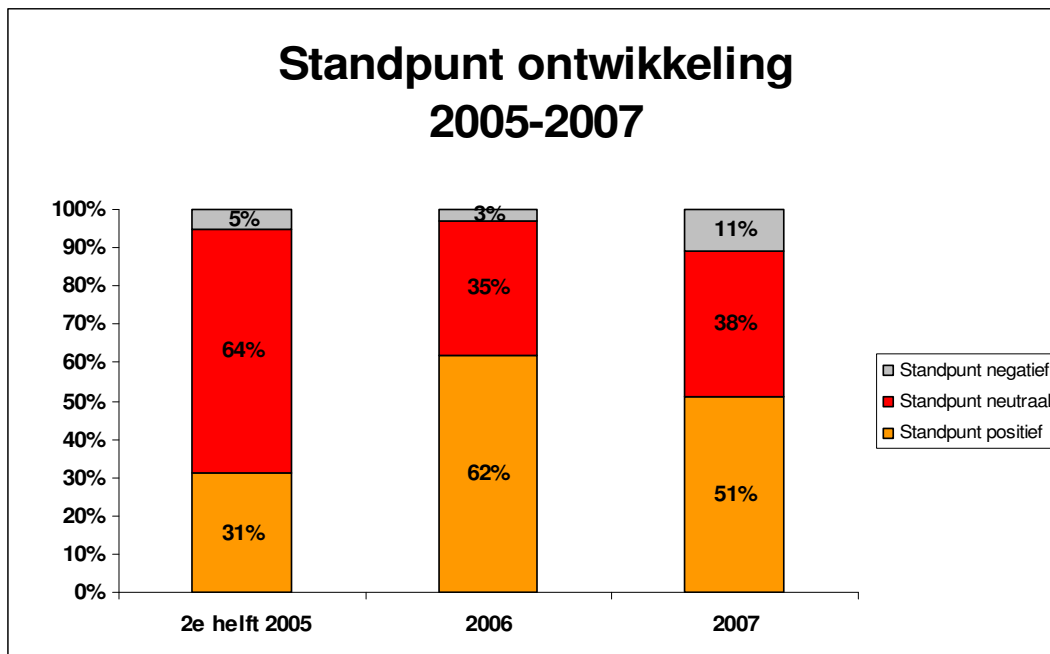
In de afgelopen drie jaar zijn er ruim 2500 artikelen verschenen op het gebied van arbeidsparticipatie van ouderen en leeftijdsbewust beleid. Elke week verschijnen er gemiddeld 24 artikelen over dit onderwerp. De belangstelling voor dit onderwerp neemt dus hand over hand toe. Daarbij is het met name opvallend dat er in 2005 slechts een klein aantal artikelen over arbeidsparticipatie van ouderen en leeftijdsbewust beleid in de media verscheen. De monitor heeft in dat jaar slechts over 6 maanden de media gevolgd, maar als we het aantal extrapoleren over het hele jaar, komen we hier op een aantal van 568 artikelen. In het jaar erna verschijnen er in totaal bijna tweemaal zoveel artikelen (1039) en in 2007 zijn dat er in totaal 1238 artikelen. Vanaf de tweede helft 2005 is de Regiegroep GrijsWerk actief de media-aandacht gaan zoeken en zijn er in toenemende mate artikelen verschenen die direct of indirect door de Regiegroep zijn gestimuleerd. We spreken over direct gestimuleerde artikelen als ze rechtstreeks zijn terug te voeren op een persactiviteit van de Regiegroep. Indirect gestimuleerde artikelen bevatten slechts delen van de persberichten van de Regiegroep, maar bevatten wel de kernboodschap die de Regiegroep op dat moment wilde uitdragen.

In 2006 en 2007 zijn ongeveer de helft van deze artikelen direct of indirect gerelateerd aan de kernboodschap van GrijsWerk en ook door de Regiegroep gestimuleerd. In 2007 is een lichte daling met direct gerelateerde berichtgeving. Indirect gerelateerde artikelen nemen daarentegen toe. Dit kan een indicatie zijn dat ook andere partijen de boodschap van GrijsWerk uitdragen. In totaal zien we dat over de jaren heen de kernboodschappen van de Regiegroep steeds beter in de media worden uitgedragen.



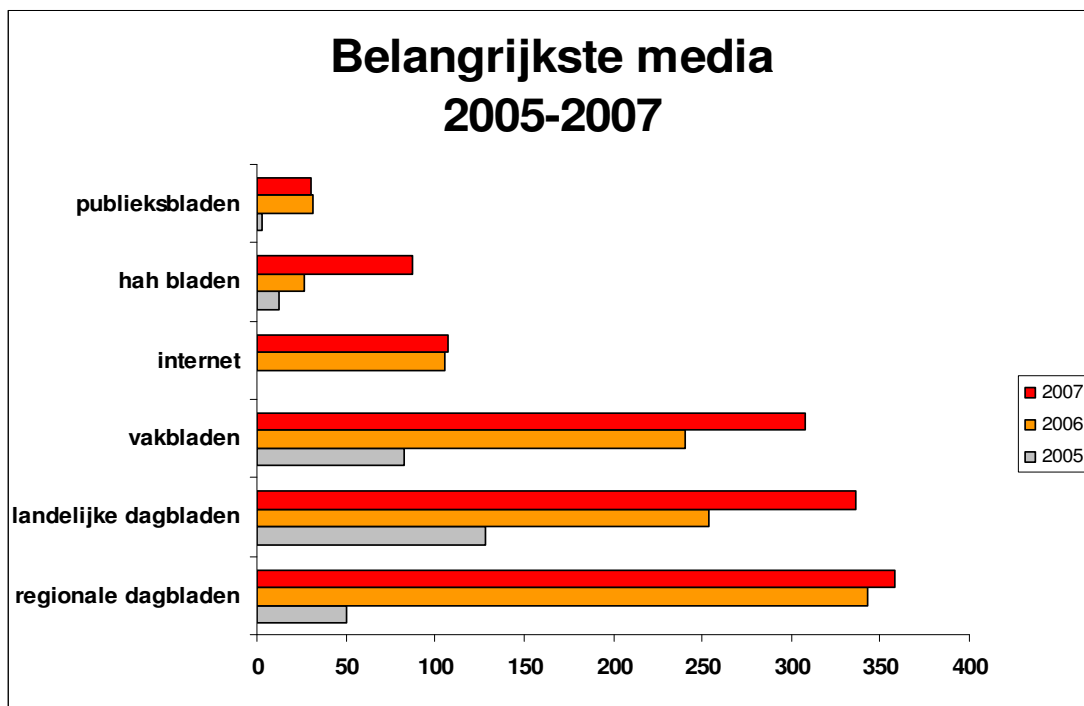
1.2 Standpunt ontwikkeling

Het percentage publicaties dat een positief standpunt inneemt over de items is het afgelopen jaar licht gedaald. Hiermee bedoelen we artikelen die de kernboodschap van de Regiegroep GrijsWerkt overnemen en verder versterken. Neutrale en negatieve berichten nemen juist toe. De neutrale berichtgeving neemt de persberichten van de Regiegroep letterlijk over of vermeldt uitsluitend de daarin vermelde feiten (bijvoorbeeld onderzoeksgegevens). In negatieve berichtgeving wordt een standpunt uitgedragen dat kritisch staat ten opzichte van de kernboodschappen van GrijsWerkt. Ook worden in dit soort berichten nieuwe gezichtspunten ingenomen of belemmeringen voor ouderenparticipatie opgeworpen. We concluderen dat het onderwerp door de Regiegroep GrijsWerkt in de media op de kaart is gezet en dat de discussie, met verschillende voor- en tegenstanders, flink op gang is gekomen. Door de grotere belangstelling voor het onderwerp in de media, zijn er verschillende voor- en tegenstanders die hun standpunten in de media naar voren brengen.



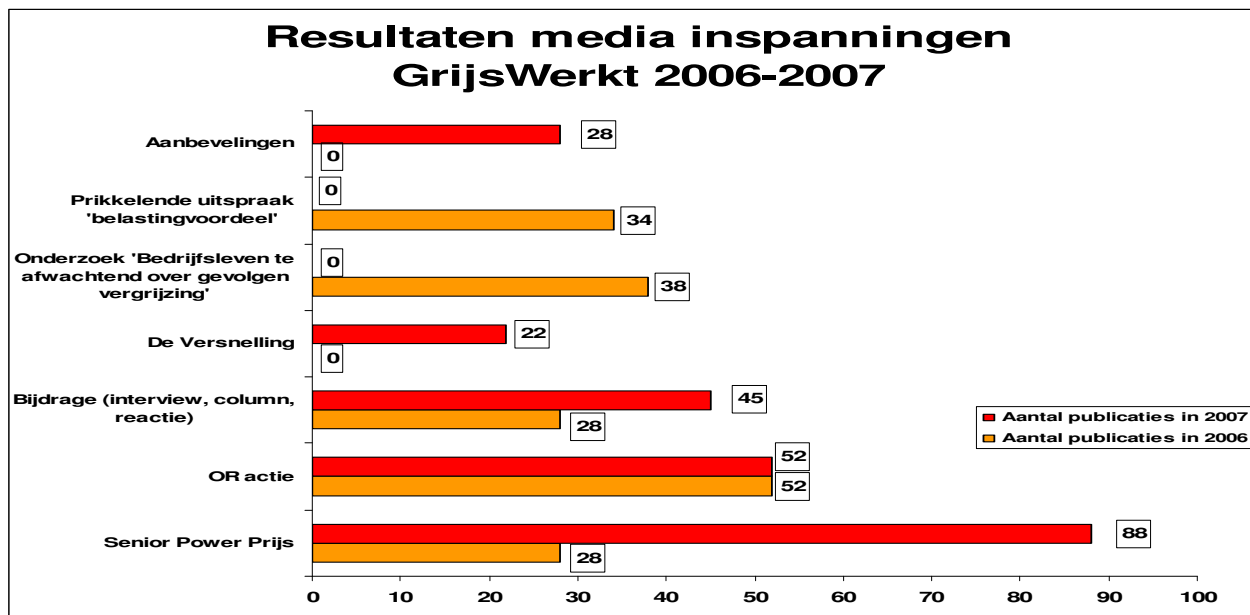
1.3 Soort media

In de mediamonitor maken we onderscheid tussen de verschillende soorten media waarin publicaties verschijnen. Hieruit kunnen we op hoofdlijnen concluderen welke doelgroepen we met onze boodschappen bereiken en waar de discussie verder moet worden aangezwengeld. In 2005 was het onderwerp nog vooral interessant voor de landelijke dagbladen. Zij schreven het meest over de arbeidsparticipatie en leeftijdsbewust beleid. Daaruit leiden we af dat de discussie op dat moment zich vooral afspeelde bij de voorlopers van werkgevers en werknemers en bij de sociale partners. In 2006 heeft de Regiegroep GrijsWerk zich meer en meer op de werkvloer en in de regio begeven, ook met de persactiviteiten. Daarbij werden ook regionale dagbladen en vakbladen steeds meer bestookt met berichtgeving. Vanaf 2006 zien we dan ook dat er meer en meer publicaties komen in de regionale dagbladen en de vakbladen. De landelijke dagbladen doen nog flink mee in de discussie. Eind 2006/begin 2007 startte de Regiegroep met een offensief om ook de huis-aan-huisbladen beter te bereiken. Dit resulteerde in een forse toename van publicaties in 2007. De regionale dagbladen hebben gemiddeld 250 artikelen per jaar gescoord. De landelijke dagbladen 239 en de vakbladen 210. Samen zijn zij goed voor zo'n 70-75% van alle publicaties. Publicaties in huis aan huisbladen nemen flink toe in 2007 (87) ten opzichte van 2006 (27). Internetpublicaties en artikelen in publicatiebladen (bijvoorbeeld Elsevier, Volkskrant Banen of VPRO Gids) blijven nagenoeg gelijk. De Regiegroep GrijsWerk vindt het van belang om de werkgevers en werknemers op de werkvloer met haar kernboodschappen te bereiken en hecht daarom veel waarde aan de publicaties in de huis-aan-huisbladen, de regionale media en de vakmedia. De discussie moet op nationaal niveau en bij een breed publiek eveneens voortdurend aangezwengeld worden, de discussie in de landelijke dagbladen, de publicatiebladen en op het Internet zijn daarvoor belangrijk.



1.4 Media inspanningen GrijsWerk

In 2005 is de Regiegroep GrijsWerk gestart en is er in de persberichtgeving veel generieke aandacht besteed aan de oprichting, het doel en de werkzaamheden van de Regiegroep. In juni 2005 was er een startevenement dat tot publiciteit heeft geleid, in de rest van dit eerste jaar waren er nog weinig actieve of opzienbarende persmomenten. In 2006 en 2007 zijn er verschillende gerichte persactiviteiten geweest, rondom activiteiten van de Regiegroep GrijsWerk of actualiteiten. Met name de Senior Power Prijs en de OR actie leverden veel publiciteit op. Daarbij werd de persberichtgeving ondersteund door aandacht via radiospots, hetgeen extra aandacht voor de persberichten opleverde. We zien dat de Senior Powerprijs 2006 veel publiciteit heeft opgeleverd, die nog tot ver in 2007 tot kwalitatief interessante publicaties leidde. De Senior Power Prijs 2007 leverde eveneens veel publicaties op, maar uiteindelijk wat minder achtergrondinterviews. De cijfers over de publicaties rondom de Senior Powerprijs hieronder worden enigszins vertekend, doordat de publiciteit rondom de prijsvraag in 2006 ook in 2007 nog tot publicaties heeft geleid. Succesvolle publiciteit werd eveneens gehaald met persberichtgeving waarin prikkelende uitspraken van de leden van de Regiegroep naar buiten werden gebracht. Ook de proactieve benadering van de media om interviews te realiseren, columns gepubliceerd te krijgen of reacties te geven op actualiteiten, leverden veel positief resultaat op. De Regiegroep heeft op dit laatste in 2007 extra inspanning geleverd, hetgeen meteen vertaald is in meer publicaties.



2 Trends en ontwikkelingen

In de mediamonitor hebben we bepaalde issues actief gevolgd. Daarbij hadden we aandacht voor arbeidsparticipatie van ouderen, leeftijdsbewust beleid en de rol die de overheid op deze onderwerpen heeft gespeeld. In dit hoofdstuk staan we stil bij de wijze waarop in de periode 2005-2007 deze issues zich hebben ontwikkeld. Cijfermatig zijn de ontwikkelingen op hoofdlijnen gemeten, in detail is er een kwalitatieve weergave van de trends en ontwikkelingen opgenomen.

2.1 Arbeidsparticipatie van ouderen

De afgelopen jaren is de belangstelling voor het issue arbeidsparticipatie van ouderen in de media duidelijk toegenomen. **Het aantal algemene publicaties over dit onderwerp is gestegen van 52 (2^e helft van 2005), 258 (2006) naar 624 (2007).** Een deel van deze artikelen geeft de aandacht van de politiek voor het onderwerp weer. In 2005 verschijnen artikelen over politieke partijen als LPF en Groenlinks die een standpunt innemen over langer doorwerken en flexibele pensionering. Ook zien we in de media een begin van discussie over het verhogen van de pensioengerechtigde leeftijd. Verschillende partijen (bijvoorbeeld OESO, Centraal Planbureau, Studiegroep Begrotingsruimte en Nout Wellink) pleiten voor een verhoging naar 67 jaar. Andere partijen (Sociaal Economische Raad, hoogleraar Lans Bovenberg en Sociaal Cultureel Planbureau) adviseren een flexibel pensioen en er zijn voorstanders voor het behoud voor de huidige pensioenleeftijd. De verkiezingscampagne in 2006 levert publiciteit op over het onderwerp, evenals de formatie in 2007.

Daarnaast zijn er publicaties vanuit onderzoeksinstituten of sociale partners die onderzoeken doen naar arbeidsparticipatie van ouderen in relatie tot de ontwikkelingen op de arbeidsmarkt. Er is aandacht voor het feit dat steeds meer functies moeilijker vervulbaar zijn door vergrijzing en ontgroening en er dus een tekort aan arbeidskrachten ontstaat. In de media verschijnen artikelen met oplossingen voor deze problematiek. In de artikelen zien we vervolgens aandacht ontstaan voor leeftijdsbewust personeelsbeleid als oplossing. De artikelen geven aan dat bedrijven actie moeten ondernemen om (ouder) personeel te behouden en hun werknemers te stimuleren langer te blijven doorwerken.

Onderwerpen die gerelateerd zijn aan arbeidsparticipatie van ouderen, zien we eveneens terug in de media. De dalende werkloosheid en toenemende krapte op de arbeidsmarkt leveren publiciteit op over het onderwerp van de Regiegroep GrijsWerkt. Elk kwartaal berichten zowel het CBS als het CWI over de werkgelegenheid in Nederland. Nagenoeg alle landelijke en regionale media en de personeelsbladen berichten vervolgens over dit onderwerp, waarbij de arbeidsparticipatie van ouderen als oplossing vaak aan bod komt. Ook onderwerpen als versoering van het prepensioen, de afschaffing van de VUT en de werkloosheid onder 45+'ers zien we in de discussie over arbeidsparticipatie van ouderen terug.

Beeldvorming

Om ouderen succesvol te laten participeren in het arbeidsproces, is het van groot belang om de discussie te starten over de onjuiste beelden die er bestaan over ouderen en arbeid. **Dit is een belangrijk doel van de Regiegroep GrijsWerkt. In de media zien we toenemende aandacht voor de beelden die er bestaan over oudere werknemers. In 2006 verschenen er 43 artikelen over de (voor)oordelen ten aanzien van oudere medewerkers in de media, in 2007 waren dat 138 artikelen.**

Uit de inhoud van de berichtgeving blijkt dat werkgevers vaker beseffen dat ze door het voortijdig laten gaan van betrouwbare en loyale (oudere) werknemers, kennis en ervaring verliezen. Dit kan niet of nauwelijks worden opgevangen door de huidige werknemers of werkzoekenden. Er is een cultuuromslag gaande. De discussie over de beeldvorming rondom

oudere werknemers is gestart en levert aandacht op voor de vooroordelen die er over hen bestaan.

De publiciteit over dit onderwerp is deels afkomstig uit publicaties van onderzoeken van verschillende onderzoeksinstituten en bedrijven naar het behoud en de inzet van oudere werknemers. Uit deze onderzoeken komt naar voren dat er veel ongegronde vooroordelen ten aanzien van oudere werknemers bestaan. Veel gehoorde vooroordelen zijn: oudere werknemers zijn vaker ziek, zijn veel duurder en minder productief. Deze vooroordelen worden in de media ontkracht. In 2007 zien we aandacht komen voor uitzendbureaus zoals Oudstanding en 65plus. Zij benadrukken in hun communicatie de vooroordelen die er bestaan over oudere werknemers.

Werknemers

In de media zien we het beeld ontstaan van werknemers die zich bewust worden van het feit dat doorwerken tot de pensioengerechtigde leeftijd noodzakelijk is. Uit verschenen publicaties blijkt dat het percentage werknemers dat langer wil doorwerken de laatste jaren licht is gestegen (20% in 2006 (CBS/TNO) tot 25% in 2007 (Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid) Desondanks blijft het beeld in de media bestaan, dat het merendeel van de werknemers niet graag doorwerkt tot 65 jaar. Wel zien we langzamerhand aandacht ontstaan voor de argumenten om wel langer door te werken; ouderen vinden hun werk aantrekkelijk, ze behouden hun sociale contacten behouden en hebben meer financiële armslag.

Ouderen en werkloosheid

Met de toenemende krapte op de arbeidsmarkt, zien we in de media meer aandacht ontstaan voor de bemiddeling van oudere werklozen. Dit leidt enerzijds de aandacht af van de kernboodschap van de Regiegroep GrijsWerk (participatie van ouderen *in* het arbeidsproces), anderzijds raakt dit natuurlijk wel degelijk een aantal deelaspecten. In de media zien we in 2006 aandacht voor het project van CWI en UWV om 30.000 werklozen aan het werk te helpen. In de media wordt ook de rol van de Regiegroep GrijsWerk naar aanleiding van deze berichtgeving opnieuw benadrukt. Na de formatie is Staatssecretaris Aboutaleb in het verlengde hiervan gestart met het project 'Talent 45+'. De publiciteit rondom deze initiatieven en projecten leveren vaak positieve aandacht op voor het onderwerp ouderenparticipatie in de landelijke en regionale media.

2.2 Leeftijdsbewust beleid

De belangstelling voor leeftijdsbewust beleid is de laatste jaren aanzienlijk toegenomen in de media (144 publicaties in 2005, 513 in 2006 en 549 in 2007). Werkgevers beseffen meer en meer dat de kennis en ervaring van oudere werknemers onontbeerlijk is voor hun organisatie en dat ze daarvoor een beleid moeten ontwikkelen. Langzamerhand komt er ook meer aandacht voor bedrijven die daadwerkelijk tot actie zijn overgegaan en starten met een leeftijdsbewust personeelsbeleid. De Senior Powerprijs levert artikelen over praktijkvoorbeelden in de media op. De deelnemers aan de Senior Power Prijs zijn immers voorlopers. Daarnaast is er in de media aandacht voor bedrijven die actief bezig zijn met leeftijdsbewust personeelsbeleid zoals IBM, Batavus, Albron, Friesland Foods en Duinrell. Zij komen vooral in vakbladen aan het woord.

In de afgelopen drie jaar hebben verschillende organisaties initiatieven ontplooid om werkgevers te informeren over leeftijdsbewust beleid. Dit leverde publiciteit op in de media. Naast de regionale bijeenkomsten van de Regiegroep GrijsWerk hebben ook verschillende organisaties, zoals VNO NCW, IBM en de provincies Noord-Holland, Friesland, Limburg, Zeeland en Noord-Brabant congressen, symposia en discussiebijeenkomsten georganiseerd

over dit onderwerp. Met name regionale dagbladen en huis aan huisbladen berichtten daar neutraal of positief over.

Demotie en scholing

In de media is er aandacht voor demotie en scholing als deelaspecten van leeftijdsbewust personeelsbeleid. Publiciteit ontstond bijvoorbeeld rondom de nota 'Arbeidsvoorwaarden' die in 2006 is gepresenteerd door VNO NCW, MKB Nederland en AWWN. Een klein onderdeel hiervan gaat over demotie, oudere werknemers doen daarbij een stap terug of opzij ten gunste van jongere medewerkers. Dit onderwerp heeft een discussie op gang gebracht. De vakbonden gaven aan dat demotie onder strikte voorwaarden en vrijwillig kan plaatsvinden. Na een korte, hevige publicatiegolf is het nagenoeg stil geworden rondom dit issue. Een conclusie kan zijn dat zodra leeftijdsbewust personeelsbeleid de rechten van werknemers raakt, de publiciteit hierover oplaait. Een ander onderwerp dat de gemoederen bezig houdt is de scholing van oudere werknemers. Naar aanleiding van onderzoek waaruit blijkt dat er te weinig aandacht is voor scholing van oudere werknemers, ontstaat ook hierover discussie in de media.

Leeftijdsdiscriminatie

In de media tekent zich discussie af over leeftijdsdiscriminatie in relatie tot leeftijdsbewust personeelsbeleid. In 2006 leverde dit 14 publicaties op, in 2007 36 publicaties. Veel artikelen verschenen rondom de uitspraken over leeftijdsdiscriminatie van de Commissie Gelijke Behandeling in 2007. Zij publiceerden dat in cao's geen afspraken gemaakt mogen worden over demotie gekoppeld aan leeftijd. Daarnaast hoeven extra vrije dagen voor oudere werknemers niet persé leeftijdsdiscriminatie te zijn. Dit ligt volgens hen aan de omstandigheden en de afspraken die gemaakt zijn in het kader van leeftijdsbewust personeelsbeleid. Ook was er in de publiciteit aandacht voor het feit dat de Commissie Gelijke Behandeling aangeeft dat leeftijdsdiscriminatie in sociale plannen is toegestaan, mits het meer kansen biedt voor werknemers op de arbeidsmarkt. Ook staan zij toe dat er financiële maatregelen worden getroffen om oudere werknemers aan werk te helpen, mits sociale partners dit verantwoorden. In dit verband liet ook het Europese Hof van zich horen in de media. Zij gaven in hun communicatie aan dat Europese landen werknemers mogen verplichten om met 65 jaar met pensioen te gaan, zonder dat dit leeftijdsdiscriminatie is.

CAO in het algemeen en CAO voor 65+'ers

Voor een duurzame borging van leeftijdsbewust personeelsbeleid is het van belang dat hierover afspraken worden vastgelegd over organisaties heen, in CAO's. De regiegroep GrijsWerkt heeft verschillende activiteiten ondernomen om dit onderwerp bij sociale partners op de agenda te krijgen. ***In de media zien we toenemende belangstelling voor CAO's in relatie tot leeftijdsbewust personeelsbeleid. In 2005 verschenen 7 artikelen, in 2006 21 en in 2007 74 artikelen.*** In de artikelen is er vooral aandacht voor het feit dat er nog maar heel weinig in CAO's wordt vast gelegd over leeftijdsbewust personeelsbeleid. Tegelijkertijd is er aandacht voor de uitspraken van de Commissie Gelijke Behandeling ten aanzien van leeftijdsdiscriminatie.

In de media ontstaat een flinke discussie rondom de belemmeringen voor een dienstverband van 65+'ers. Dit raakt de discussie over participatie rondom ouderen op de arbeidsmarkt indirect. Hoewel we vanuit de Regiegroep GrijsWerkt spreken over doorwerken tot het 65^e levensjaar, is het voor de beeldvorming over ouderen en arbeid wel belangrijk wat er in deze discussie gebeurt. In de media is er aandacht het feit dat in de meeste cao's staat dat het arbeidscontract bij 65 jaar automatisch ontbonden wordt. Werkgevers hoeven geen sociale premies te betalen voor 65-plussers en moeten een oudere werknemer wel doorbetalen bij ziekte. Daarbij vallen 65-plussers zelden binnen de cao. Zij zijn op het gebied van arbeidsvoorwaarden vaak 'rechteloos', bescherming bij ziekte en arbeidsongeschiktheid vallen bijvoorbeeld weg. Uit de berichtgeving blijkt dat het voor zowel werkgevers als werknemers

onduidelijk is wat de (on)mogelijkheden zijn. **In 2007 verschijnen 27 artikelen naar aanleiding van de aankondiging van de eerste 'doorwerkcao'**. De doorwerkcao is een initiatief van Stichting Senior Werkt, de Vereniging voor Doorwerkgevers en vakbond LBV. In deze cao kunnen oudere werknemers een onbeperkt aantal tijdelijke contracten krijgen. De werkgever hoeft bij ziekte niet meer dan 3 maanden door te betalen. Senioren mogen weekend- of nachtdiensten weigeren en kunnen gemakkelijker vrij nemen. Ook wordt jaarlijks een opleidingsgesprek gevoerd. De cao geldt nu voor twee aangesloten bedrijven. De verwachting is dat dit komende jaren flink zal uitbreiden. Er verschijnen enkele publicaties vanuit het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid, waarin Minister Donner aangeeft de regels voor werken boven de 65 te willen vereenvoudigen.

2.3 Overheidsbeleid

Tijdens het bestaan van de Regiegroep GrijsWerkt waren er drie kabinetten actief (Balkenende 2 van 27 mei 2003 tot en met 7 juli 2006, Balkenende 3 van 7 juli 2006 tot en met 22 februari 2007 en Balkenende 4 van 22 februari 2007 tot en met dit moment). Het kabinetsbeleid richtte zich gedurende deze periode steeds op het stimuleren van werkgevers om oudere werknemers te behouden en een leeftijdsbewust personeelsbeleid te ontwikkelen. Werknemers moeten zich bewust worden dat ze langer moeten doorwerken. Daarvoor heeft kabinet Balkenende 2 de Regiegroep GrijsWerkt in het leven geroepen en daarnaast subsidiemaatregelen ingesteld. In de media zien we rondom verkiezingsperiodes toenemende aandacht voor het onderwerp van de Regiegroep GrijsWerkt. Ook is er publiciteit rondom de subsidieregelingen, met name in de vakbladen.

Balkenende 4

In november 2006 werden landelijke verkiezingen gehouden. Een van de hoofdthema's was de vergrijzing. **Alle politieke partijen hebben in hun verkiezingscampagne aandacht besteed aan het issue 'langer doorwerken'. In de media gaf dit 62 resultaten. Ook het regeerakkoord in januari 2007 heeft 64 artikelen in alle media opgeleverd.** In dit regeerakkoord is besloten dat werknemers die voor hun 65^e stoppen met werken, een fiscale heffing moeten gaan betalen.

Een ander uitvloeisel van het regeerakkoord is de participatietop. Dit levert veel publiciteit op over participatie van verschillende groepen uit onze samenleving. Overheid, werkgevers- en werknemersorganisaties zijn in juni 2007 bijeen gekomen met als doel meer mensen (waaronder oudere werknemers) te laten deelnemen aan het arbeidsproces. Uit deze participatietop is geen akkoord gekomen. Wel heeft deze top de discussie op gang gebracht, die veel aandacht kreeg in landelijke, regionale en vakmedia.

Voorbeeldrol van de overheid in de media

In de media zien we de voorbeeldrol van de overheid in 2005 en begin 2006 in negatieve zin terug. In deze periode ontstond de discussie over de Remkesregeling, vroegpensioen bij de overheid en de riante salarissen van Europese ambtenaren die vervroegd met pensioen gaan. Halverwege 2006 en 2007 verschuift het beeld in de media en is er meer aandacht voor positieve voorbeelden. In 2006 is het Koninklijk Besluit aangepast, dat er voor zorgde dat ambtenaren automatisch op hun 65^e werden ontslagen. In 2007 besloot de regering dat burgemeesters, Commissarissen van de Koningin, voorzitters van Waterschappen en de Nationale Ombudsman mogen doorwerken tot 70 jaar.

3 Stakeholders

De afgelopen jaren is de mediamonitor steeds verder verfijnd. In 2007 is deze uitgebreid met meer informatie over de standpunten van de stakeholders. Op deze manier kon de Regiegroep GrijsWerkt het communicatiebeleid verder toespitsen op specifieke stakeholders. Omdat we niet beschikken over gegevens 2005-2006m, bespreken we de ontwikkelingen bij stakeholders op hoofdlijnen.

3.1 Algemeen

In 2007 is de mediamonitor uitgebreid met stakeholders. Stakeholders worden opgenomen in de mediamonitor als zij meerdere malen in een artikel aan het woord kwamen. In één artikel kan informatie staan over meerdere stakeholders.

Uit de mediamonitor van 2007 blijkt dat adviesorganen en onderzoeksinstituten het meest aan bod komen in publicaties. Zij worden gevolgd door werkgevers(organisaties) en arbeidsbemiddelaars.



3.2 Werknemers (organisaties)

In 2007 worden werknemers en werknemersorganisaties 166 maal genoemd in de mediamonitor. In deze publicaties geven werknemers vaak hun mening over bijvoorbeeld langer doorwerken. Ook dienen oudere werkzoekenden regelmatig als voorbeeld bij de zoektocht naar een nieuwe werkgever.

Werknemersorganisaties zoals FNV, CNV en de Unie komen net name op het gebied van arbeidsparticipatie in de media. Zij verrichten onderzoeken, starten projecten, geven reacties en nemen stanspunten in ten aanzien van het overheidsbeleid of actuele ontwikkelingen. Een voorbeeld is het actieplan om de personeelstekorten in de metalelektro tegen te gaan dat FNV presenteerde rondom de de Participatietop in juni 2007.

De indruk bestaat dat werknemersorganisaties FNV en CNV in 2007 meer aandacht voor het onderwerp hebben en vaker in de media verschijnen met hun standpunten dan in 2006.

3.3 Werkgevers (organisaties)

In 2007 verschijnen er 264 artikelen waarin werkgevers(organisaties) de hoofdrol spelen. Het zijn artikelen die betrekking hebben op leeftijdsbewust beleid. Hierbij komen praktijkvoorbeelden van werkgevers met een bijzonder of vooruitstrevend personeelsbeleid om oudere werknemers te behouden, aan bod. De winnaars en genomineerden van de Senior Power Prijs zijn hier regelmatig voor benaderd. Daarnaast doen verschillende bedrijven, zoals Centraal Beheer Achmea, onderzoek naar de ontwikkelingen op de arbeidsmarkt. Zij publiceren daarover in de media.

Uit de berichtgeving van 2007 blijkt dat VNO NCW, MKB Nederland en AAVN belangrijke stakeholders zijn als het gaat om leeftijdsbewust beleid. Zij komen in de media met voorstellen, reacties en standpunten op het overheidsbeleid en andere actuele ontwikkelingen. Denk bijvoorbeeld aan de Participatietop in juni 2007. Daarnaast organiseren deze werkgeversorganisaties (regionale) bijeenkomsten om werkgevers te informeren over leeftijdsbewust beleid.

In 2006 lijken werkgeversorganisaties minder zichtbaar in de media. Eind 2006 verandert dit door de 'Nota Arbeidsvoorwaarden'. Daarna zijn werkgeversorganisaties actiever en komen ze vaker aan het woord in publicaties.

3.4 Brancheorganisaties

Vanuit de brancheorganisaties zien we in 2007 verhoudingsgewijs weinig aandacht (27 artikelen) in de media voor de onderwerpen leeftijdsbewust beleid en arbeidsparticipatie. Het gaat met name over arbeidstekorten in desbetreffende branche en de mogelijke maatregelen en oplossingen om deze tekorten tegen te gaan.

In de media van 2006 bestaat dezelfde indruk. Vanuit brancheorganisaties lijkt er vooralsnog niet veel aandacht voor deze materie.

3.5 Arbeidsbemiddelaars

Arbeidsbemiddelaars, zoals uitzendbureaus en CWI, komen in 2007 zo'n 172 in de media naar voren. Gespecialiseerde uitzendbureaus (zoals Oudstanding, 65+ en Ervaren Jaren) laten van zich horen met positieve berichtgeving en interviews over de inzetbaarheid van oudere werknemers.

Het CWI bericht regelmatig over landelijke en regionale projecten en bijeenkomsten. Daarnaast publiceert het CWI ook vaak cijfers over de arbeidsmarkt. Andere arbeidsbemiddelaars, zoals Randstad en Adceco doen eveneens onderzoek naar de ontwikkelingen op de arbeidsmarkt. Berichtgeving over onderzoeken worden vaak in de media opgenomen.

De indruk is dat arbeidsbemiddelaars in 2006 ook actief waren in de media. Met positieve verhalen van gespecialiseerde uitzendbureaus, projecten en bijeenkomsten van het CWI en onderzoeksresultaten over de arbeidsmarkt lijken arbeidsbemiddelaars ook in 2006 veel publiciteit hebben gekregen.

3. 6 Adviesorganen en onderzoeksinstituten

Uit de berichtgeving van 2007 blijken adviesorganen en onderzoeksinstituten veelvuldig genoemd te zijn, maar liefst 452 maal. Deze organisaties (bijvoorbeeld Sociaal Economische Raad, Centraal Bureau voor de Statistiek, Stichting van de Arbeid, Netspar en verschillende universiteiten) houden zich bezig met allerlei aspecten van de issues ouderenparticipatie en leeftijdsbewust beleid. Onderzoeksresultaten en adviesrapporten krijgen veel aandacht in de media. Visies en meningen van experts en hoogleraren (bijvoorbeeld Lans Bovenberg) worden ook vaak gepubliceerd.

In de media van 2006 lijkt het alsof er ook veel aandacht was voor de onderzoeken en adviezen van adviesorganen en onderzoeksinstituten. Wel bestaat de indruk dat er in 2007 meer aandacht is voor de visie en mening van experts.

3.7 Ondernemingsraden

Het onderwerp leeftijdsbewust personeelsbeleid en ondernemingsraden komt 40 maal voor in de media. Alle publiciteit is afkomstig vanuit de OR-actie van de Regiegroep GrijsWerkt. Er is autonoom (zonder de tussenkomst van de Regiegroep GrijsWerkt) weinig aandacht voor dit onderwerp in de media. Publicaties verschijnen in de landelijke dagbladen, het Financieel Dagblad en veelal in de vakbladen als OR Informatie, OR Rendement en de internetsite OR Net.

In 2006 is het beeld vergelijkbaar: alleen rondom de OR-actie van de Regiegroep is er publiciteit.

3. 8 Speerpuntbranches

In 2005 heeft de Regiegroep 4 speerpuntbranches benoemd. Dit zijn grond-, weg- en waterbouw, zorg, metalektro en onderwijs. In deze sectoren zullen de grootste personele problemen ontstaan door vergrijzing en ontgroening. Voor bedrijven en instellingen in deze sectoren is een leeftijdsbewust beleid belangrijk.

Grond-, weg- en waterbouw

Uit de berichtgeving van de afgelopen jaren blijkt dat de bouwsector kampt met vergrijzing, ontgroening en een slecht imago. Werkgevers hebben daardoor moeite om aan voldoende en gekwalificeerd personeel te komen. Er zijn verschillende voorbeelden van bouwbedrijven die oplossingen gezocht hebben voor het personeelstekort, zoals coaching van jonge werknemers door oudere, ervaren werknemers, het aanbieden van fysiek minder zware functies en extra beloning voor bouwvakkers die langer willen doorwerken.

De vakpers in de sector grond-, weg- en waterbouw heeft veel belangstelling voor arbeidsparticipatie en leeftijdsbewust beleid. Vakbladen, zoals Cobouw en FNV Bouwmagazine publiceren samen ongeveer 20 artikelen op jaarbasis.

In de media komt verder naar voren dat de vakbond FNV, Bouwend Nederland en Arbouw actief zijn op de thema's arbeidsparticipatie en leeftijdsbewust beleid. Met onderzoeksresultaten en nieuwe projecten, zoals 'Leeftijd? Geen Punt!', krijgen deze organisaties regelmatig aandacht in de media.

In 2006 heeft een interview van Ed Nijpels in Cobouw, over langer doorwerken en belastingvoordeel voor werknemers die langer doorwerken, tot veel discussie geleid in de vakpers. Hannie van Leeuwen heeft in 2007 een bijdrage geleverd aan een artikel in Cobouw.

Zorg

In de media van de afgelopen jaren is er aandacht geweest voor het dreigend personeelstekort en mogelijke oplossingen hiervoor. Verschillende zorginstellingen en ziekenhuizen (Waterlandziekenhuis in Purmerend) komen met positieve berichten. Ook de brancheorganisatie Prismant en de Raad voor de Volksgezondheid (RVZ) komen met onderzoeksresultaten en adviezen in de publiciteit.

Er zijn gemiddeld ongeveer 18 artikelen per jaar over deze problematiek in de zorg verschenen. Naast vakbladen als Zorgvisie en Nursing, besteden ook landelijke dagbladen als Trouw en NRC Handelsblad aandacht hieraan.

In 2007 heeft de Regiegroep aan verschillende branchebladen (zoals G – vakblad over gezondheid en maatschappij, Tijdschrift voor Verzorgenden en Geron) een bijdrage geleverd.

Metalektro

Uit de berichtgeving blijkt dat ook in de metalektro een tekort aan werknemers zal ontstaan. Verschillende onderzoeken (Centraal Bureau voor de Statistiek en de Arbeidsmonitor Metalektro) onderstrepen deze problematiek. Opvallend is dat er weinig bedrijven uit deze sector zich profileren in de media met een leeftijdsbewust beleid. De winnaar van de Senior Power Prijs 2007, Numac, heeft wel aandacht gekregen.

Vakbladen zoals Metaal Magazine en Metaal en techniek besteden af en toe aandacht aan dit onderwerp. Landelijke en regionale dagbladen hebben meer belangstelling voor het onderwerp. Gemiddeld verschijnen zo'n 12 artikelen per jaar over arbeidsparticipatie en leeftijdsbewust beleid in de metalektro.

Onderwijs

Er zijn de afgelopen jaren publicaties verschenen over arbeidsparticipatie in het onderwijs. Er dreigt een tekort aan leerkrachten. Er zijn veel meningen en standpunten om dit lerarentekort aan te pakken. De Tijdelijke Commissie Leraren heeft in het najaar van 2007 een advies uitgebracht waarin een verhoging van de salarissen en bijscholing van docenten belangrijk is.

In de media zijn echter geen voorbeelden gevonden van scholen en opleidingsinstituten die maatregelen hebben genomen en oplossingen hebben gezocht. Uit de berichtgeving ontstaat de indruk dat de sector de problemen signaleert, maar vooralsnog weinig actie onderneemt.

Het Onderwijsblad, landelijke en regionale dagbladen besteden ongeveer 11 artikelen per jaar aan arbeidsparticipatie en leeftijdsbewust beleid.

4 Media inspanningen Regiegroep GrijsWerk

4.1 Rol van GrijsWerk

Positionering en naamsbekendheid

In 2005 is de Regiegroep GrijsWerk opgericht. In deze eerste periode was het belangrijk om het doel en de boodschap van de Regiegroep op de kaart te zetten. In de media uitte zich dat met name door interviews en feitelijke artikelen in de landelijke media en in de vakbladen. Het interview met Ed Nijpels over 'het Zwitserleven gevoel' kreeg in 2005 veel publiciteit in de media.

Groeiende rol als autoriteit voor de media

In de loop van drie jaar heeft de Regiegroep langzamerhand een goede relatie opgebouwd met de media, hetgeen resulteerde in een groeiende rol als autoriteit. De Regiegroep brengt haar boodschap voor het voetlicht via persberichten, interviews, columns en reacties in een artikel. In vergelijking tot 2006 zijn er in 2007 meer bijdragen geweest van de Regiegroep in de media. In 2006 verschenen er 556 directe en indirecte publicaties, in 2007 603. Deels zijn deze publicaties afkomstig van eigen initiatief van de Regiegroep. Zo stuurde de Regiegroep in 2006 18 persberichten uit, tegenover 23 in 2007. Daarnaast werden in 2006 14 interviews geïnitieerd en 21 in 2007. In 2006 werden 8 columns geregeld, in 2007 waren dit er 14. Daarnaast zijn er verschillende activiteiten georganiseerd, waarvoor pers is uitgenodigd. In 2005 was dit de startconferentie, in 2006 de OR-actie, de uitreiking van de Senior Powerprijs, het ouderencongres en de regionale activiteiten. In 2007 organiseerde de Regiegroep nog meer regionale activiteiten, de prijsuitreiking van de Senior Powerprijs en een herhaling van de OR-actie.

Verder is er publiciteit rondom reacties van de Regiegroep GrijsWerk op actuele gebeurtenissen (bijvoorbeeld het Regeerakkoord en de Participatietop), prikkelende uitspraken (zoals '65-plussers die langer doorwerken moeten fiscaal beloond worden) en ingezonden brieven. Verschillende media nemen uitspraken over, waardoor er extra publiciteit gegeneerd wordt. Bovendien berichten verschillende columnisten over reacties, brieven en uitspraken en ontstaat er een discussie.

Ook met onderzoeksresultaten bereikt de Regiegroep de media. Een voorbeeld is het onderzoek 'Bedrijfsleven te afwachtend over gevolgen van Vergrijzing'. Ook een onderzoek van Heliview in 2006 levert publiciteit (18) op. Daarin komt naar voren dat er weinig werkgevers en werknemers zijn die vinden dat verandering van functie voor oudere werknemers van belang is om hen langer aan het werk te houden.

Eind 2007 heeft de Regiegroep in een brief naar de 2^e kamer 15 aanbevelingen gedaan. Deze aanbevelingen hebben veel aandacht gekregen in de landelijke en regionale dagbladen en de personeelsbladen. De berichtgeving hierover was neutraal/ positief.

Naast de pro-actieve houding van de Regiegroep, vinden journalisten steeds beter de weg naar de Regiegroep. De Regiegroep is meer en meer een aanspreekpunt voor hen.

4.2 OR Actie

In 2006 en 2007 organiseerde de Regiegroep GrijsWerk de OR belactie. Daarbij belden verschillende prominenten ondernemingsraden in Nederland en ondervroegen hen over het leeftijdsbewust beleid in hun organisatie. Zowel in 2006 als 2007 heeft deze actie circa 50 publicaties opgeleverd. De meeste artikelen zijn verschenen op internet, gevolgd door de vakbladen en de landelijke dagbladen. In 2006 zijn er 6 artikelen verschenen in vakbladen en 3 artikelen in landelijke dagbladen. In 2007 is dit respectievelijk 14 en 6 artikelen. Op de

voorpagina van het Financieele Dagblad van 11 september 2007 prijkte een foto van staatssecretaris Aboutaleb en Hannie van Leeuwen die belden voor de OR belactie. De berichtgeving is over het algemeen feitelijk en neutraal. Ondersteunend aan de OR-actie zijn radiocommercials uitgezonden. Dit leverde extra aandacht op voor de persberichtgeving over de actie.

4.3 Senior Power Prijs

In 2007 zijn 88 artikelen geschreven rondom de aankondiging, nominering en uitreiking van de Senior Power Prijs. Een deel hiervan is nog afkomstig van de Senior Power Prijs 2006. Maar er is nog altijd sprake van meer dan een verdubbeling van de media-aandacht van 2006 (28 artikelen). In 2007 hebben de vakbladen (met name personeelsbladen) de meeste aandacht voor dit onderwerp, gevolgd door internet, de regionale en landelijke dagbladen. In 2006 was de belangstelling op internet gering. Toen scoorden artikelen uit regionale en landelijke dagbladen hoger dan internet publicaties. De genomineerden en prijswinnaars zijn ook in vakbladen van hun branches genoemd of geïnterviewd. De Senior Power Prijs blijkt een effectief communicatiemiddel te zijn om de boodschap van de Regiegroep uit te dragen.

4.4 Regionale aandacht

Vanaf 2006 heeft de Regiegroep vaker ingezet op publiciteit in de regionale dagbladen. Eind 2006, begin 2007 zijn daar ook de huis aan huisbladen bijgekomen. Voor deze bladen levert de Regiegroep op maat geschreven artikelen aan. In 2006 verschenen er in de regionale dagbladen en de huis-aan-huisbladen samen 370 artikelen en in 2007 waren dit er 445.

De Regiegroep GrijsWerkt heeft voor de regionale aanpak 'de Versnelling' ontwikkeld. Met 'de Versnelling' onderzoekt de Regiegroep in alle provincies wat er gebeurd is om de gevolgen van de vergrijzing aan te pakken en wat er nog méér kan gebeuren. Organisaties, werkgevers en sleutelfiguren worden tijdens kleinschalige bijeenkomsten geïnformeerd en gestimuleerd tot leeftijdsbewust beleid. Een van de activiteiten daarbij zijn de 'Rondjes'. Dit zijn regionale bijeenkomsten bij aansprekende bedrijven die reeds een leeftijdsbewust beleid voeren.

Dit breder persbeleid, de op maat gemaakte artikelen en de actieve en gerichte houding naar regionale media bij 'de Versnelling' en de genomineerden en winnaars van de Senior Power Prijs heeft geleid tot een flinke toename van publicaties in de regionale media. In 2007 is bovendien een duidelijke stijging zichtbaar van publicaties in huis aan huisbladen. De regionale media zijn interessant gebleken voor het uitdragen van de boodschap van de Regiegroep.

Tot slot

In het algemeen genomen was de media-aanpak van de Regiegroep GrijsWerk succesvol. De onderwerpen arbeidsparticipatie van ouderen en leeftijdsbewust beleid zijn op de kaart gezet.

In kwantitatieve zin is het aantal artikelen over deze onderwerpen en hieraan gerelateerde onderwerpen flink toegenomen. De bijdrage die de Regiegroep GrijsWerk hieraan geleverd is aanzienlijk.

GrijsWerk heeft langzamerhand een positie verworven als gesprekspartner voor de media. Journalisten weten de Regiegroep en haar woordvoerders te vinden als er actuele ontwikkelingen zijn. Zij gebruiken de informatie van de Regiegroep als bron voor hun artikelen.

In de media zijn stakeholders in beweging gekomen, de discussie is aangezwengeld bij politiek en in de speerpuntbranches. De actieve aanpak van GrijsWerk heeft geresulteerd in prikkelende discussies in editorials en columns.

Om niet te blijven hangen op het landelijke niveau en uiteindelijk terecht te komen op de werkvloer, is er in toenemende mate aansluiting gezocht bij de regionale media. Daar moet de verandering uiteindelijk werkelijk tot stand komen; bij werkgevers en werknemers door het hele land.

De discussie in de media levert voedsel aan de beweging die knarsetandend tot stand is gebracht door de Regiegroep GrijsWerk.