

2024 - 2025

# Flexbureau Trendrapport

[leesduur 17 min]

**flexPEDIA**  
FLEX OPLOSSINGEN WAAR JE BLIJ VAN WORDT

Geschreven door: **Paul Poley** (tekstschrijver)  
in opdracht van Flexpedia BV  
Concept: Aldert Faassen  
(Flexpedia Team Customer Success)  
Vormgeving: Elaine Bouhof (Brandmates)  
Datum: september 2024



# Inhoudsopgave

<b>Inleiding</b>	<b>3</b>
<b>Top 5 trends uit de praktijk en volgens de experts</b>	<b>4</b>
<b>Belangrijkste trends en bedreigingen uit het onderzoek</b>	<b>17</b>
<b>Prioriteiten volgens de experts</b>	<b>18</b>
<b>Belangrijkste prioriteiten uit het onderzoek</b>	<b>23</b>
<b>Bijlage</b>	
Bijlage 1 - onderzoeksvragen	24
Bijlage 2 - enquêteresultaten	25
Bijlage 3 - geïnterviewde ondernemers en experts	26
Bijlage 4 - gebruikte bronnen	27



**flexPEDIA**

# Inleiding

Het is nog niet eens zo lang geleden – hartje zomer 2024 – dat uitzendreus Randstad tegenvallende kwartaalcijfers presenteerde. En daarbij als verklaring gaf dat Nederlandse werkgevers door inflatie en rentestanden voorzichtiger zijn geworden, onder meer met het inhuren van uitzendkrachten. Is deze kwartaalklap nu een typische trend in de flexbranche? Of slechts een tijdelijk fenomeen? De toekomst zal het uitwijzen.

Voor dit Flexpedia Flexbureau Trendrapport vroegen we de markt én flex-experts naar wat zij medio 2024 als echte trends beschouwen. Om te beginnen vulden liefst 54 flexondernemers, collega's van je, een door ons opgestelde enquête in

en lieten zo weten welke grote lijnen zij op dit moment in het werkveld zien. Daarnaast hielden we diepte-interviews met 3 deskundigen en 3 flexondernemers. In die gesprekken lieten zij hun licht schijnen over onze sector.

Een kleine onthulling vooraf: natuurlijk hebben ze het allemaal over de huidige arbeidsmarkt. Over hoe krap die wel niet is en wat dat impliceert voor flex. Maar ook noemen ze soms verrassende ontwikkelingen die ze ervaren.

Trends zijn best abstract. Dat maakt dat de ene expert ergens net iets anders over kan denken dan de andere. En dat de ene trend wellicht wat overlap heeft met de andere, of juist veroorzaakt wordt door

die andere. Bij Flexpedia zijn we graag concreet. Vandaar dat we – of liever gezegd: de experts – die trends ook proberen te vertalen naar prioriteiten. Ofwel: wat moet jij nu praktisch doen om je in het licht van al die trends staande te houden?

Eerst lees je in dit Flexpedia Flexbureau Trendrapport welke 2024-trends de geïnterviewden ontwaren. Daarna vind je de strategische prioriteiten die de uiteenlopende thought leaders voor je formuleren. Doe er je voordeel mee!



## Trend 1

# Krappe arbeidsmarkt

De eerste trend is wellicht ook de meest evidente, want niemand ontkomt eraan. De krapte op de arbeidsmarkt bestaat al een tijdje. De uitstroom is groot (vergrijzing), de instroom beperkt (ontgroening), en zo zijn er nog wel wat oorzaken te bedenken. Jij zit vervolgens met de gevolgen, want het is tegenwoordig bitter lastig werven. Dat geldt zowel voor het werven van interne medewerkers als van uitzendkrachten.

**Het slechte nieuws:** die krapte is structureel.

**Het goede nieuws:** ze biedt je ook kansen.



## Trend 1

# Krappe arbeidsmarkt



### **Flexschil wordt groter**

Eerst dat slechte nieuws maar eens verteren. Flexstrateeg Wim Davidse roept al langer dan vandaag dat de krapte op de arbeidsmarkt eeuwig gaat duren. Als hij die vervolgens gaat ontleden, komt hij interessante dingen tegen en blijkt het slechte nieuws ook weer niet zó beroerd te zijn. 'Het gekke is dat ondanks de stand van zaken op de arbeidsmarkt de totale flexschil van bedrijven groeit. Vroeger zagen we bij een krappe arbeidsmarkt het aantal vaste contracten groeien en de flexschil krimpen. Nu is dat dus anders. Het huidige, tegengestelde verschijnsel noem ik de Flexrevolutie.'

### **Zzp groeit het hardst**

Als Davidse die flexschil óók nog eens gaat afpellen, ontdekt hij nog meer opvallende trends. 'Externe flex groeit relatief harder dan interne flex. Oftewel, tijdelijke contracten en oproepcontracten leggen het af tegen uitzenden, detacheren en zzp.' Binnen die externe schil is weer een verdere opdeling te maken. 'Zzp groeit sneller dan detacheren,

en detacheren – met name van hoger opgeleiden – weer sneller dan uitzenden.' Lang verhaal kort: in de trend van de krappe arbeidsmarkt is de sterke groei van zzp'ers een grote subtrend. Dat ziet ook Sjoerd Sijben, oprichter van Onenine, het detacheringsbureau voor technici. 'Inderdaad zien we een toename van zzp'ers op de markt. Afhankelijk van de wet- en regelgeving kan het zijn dat wij ons hier ook op gaan richten, of dat opdrachtgevers juist meer voor detacheringsbureaus gaan kiezen.' Davidse brengt bij dit alles een belangrijke nuance aan. 'De politiek en de Belastingdienst zijn momenteel hard bezig om het toezicht op zzp'en sterk te verscherpen. Vanaf 1 januari 2025 wordt de Wet DBA dan toch eindelijk gehandhaafd. De invulling en impact zijn nog niet helder, maar het lijkt te betekenen dat een aantal zzp'ers en opdrachtgevers voor andere werkvormen moeten kiezen. Denk aan detacheren of vaste contracten. Dat biedt dan wel weer andere mogelijkheden voor flexbureaus.'

## Trend 1

# Krappe arbeidsmarkt



### Mismatches op arbeidsmarkt

Sjuk Akkerman, sector bankier bij ING, benadrukt het structurele van de krapte eveneens. 'Daarbij zie ook ik die verschuiving naar andere vormen van flexibele arbeid.

Wet- en regelgeving maakt uitzendwerk duurder en minder flexibel. Organisaties verleggen de focus naar zzp'ers, dat merk je onder meer in de horeca, de zorg en de bouw. De zzp'ers zelf zien dat ze als zelfstandige meer kunnen verdienen.' Voor flexbureaus die niet met zzp'ers werken is dit alles geen goed nieuws. 'Hun core business bestaat uit het leveren van goede kandidaten. In een structureel krappe arbeidsmarkt is dat lastiger en dit zet een rem op de groei van flexbedrijven.' Overigens is er volgens Akkerman niet alleen sprake van krapte op de arbeidsmarkt. 'Vraag en aanbod sluiten ook niet goed op elkaar aan. Enerzijds is er veel vraag naar niet-beschikbare mensen. Anderzijds is er weinig vraag naar wél beschikbare krachten, denk aan mensen die al wat langer werkloos zijn en mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt.'

### Lage economische groei

Wat deze trend voor flexbureaus extra gecompliceerd maakt, is de toegenomen recruitment-knowhow bij organisaties. Dat stelt Stijn Rhebergen, oprichter van uitzendbureau Lokaal Werkt. 'De arbeidsmarkt is al krap, maar daarbij zie ik steeds meer vooral grotere organisaties die zelf hun vacatures proberen in te vullen met nieuwe recruitmenttools die op de markt zijn. Ze worden slimmer en handiger. Dat heeft tot gevolg dat een kandidaat vaak direct naar zo'n organisatie gaat in plaats van via een uitzendbureau.' Wat ten slotte ook niet meehelpt is het economisch getij. Akkerman: 'De lage economische groei is een extra bedreiging voor flexbureaus. Het zorgt voor minder groei van hun organisaties, of zelfs voor krimp. Bij de ING verwachten we in 2024 0,3% groei en in 2025 1,5%. Dat het volgend jaar beter lijkt te worden is dan weer goed nieuws, ook voor de flexbureaus. ING verwacht voor in 2025 een groei van 2% in het aantal uitzenduren.'

## Trend 1

# Krappe arbeidsmarkt



### Alles uit de kast

Met meer goed nieuws beëindigen we deze trend. Want hoewel je zwartgallig zou kunnen worden van de krappe arbeidsmarkt, de mismatches, de tegenvallende economische groei en de toegenomen concurrentie van inlenende organisaties, is er volgens de geïnterviewden geen reden om te somberen. Wel om in actie te komen. Bijvoorbeeld detachingsbureau Esler doet dat, zegt directeur Stefan Seldenthuis. 'Het werven van een kandidaat is ingewikkelder dan een aantal jaar geleden. Dat geldt trouwens ook voor het werven van intern personeel. Ooit werkte ik bij Yacht-Engineering, daar had 80% van de accountmanagers een technische achtergrond. Die zijn nu bijna niet meer te vinden. Dat wil zeggen, vinden lukt vaak wel, maar om ze vervolgens geïnteresseerd te maken voor je vacatures moet je echt veel meer uit de kast halen dan ooit tevoren. Vacatures posten voor kandidaten en interne medewerkers alleen gaat niet werken, daarom zetten wij vaak doelgroepgerichte

campagnes – al dan niet op social media – en employer branding in.'

### Welke flexbureaus groeien in krappe arbeidsmarkt het hardst?

Ook Wim Davidse ziet in de huidige markt kansen voor flexbureaus. Hij roept uitzenders op om niet te lang te blijven hangen in fase 1/2 of A. 'Er zijn twee soorten uitzenders die in deze tijd hard groeien. Zij die hun eigen flexkrachten zo snel mogelijk een vast contract aanbieden, fase 4 of C, en die deze krachten dan in feite gaan detacheren bij verschillende, afwisselende opdrachtgevers. En zij die bewust blijven hangen in fase 1/2 of A maar hun kandidaten van daaruit via gerichte opdrachten helpen zoeken naar de ultieme werkgever, en de kandidaat daar een vast contract in het vooruitzicht stellen. Alle andere bureaus lopen enorme risico's in deze arbeidsmarkt. Dat zijn de vastgeroeste organisaties die het willen doen zoals ze het altijd deden, die het niet lukt om mentaal en cultureel te veranderen.'

## Trend 1

# Krappe arbeidsmarkt



### Toegevoegde waarde

Akkerman wijst vooral op de alomtegenwoordigheid van de schaarste. 'Vrijwel de hele markt heeft ermee te maken, niet alleen de flexbureaus, maar bijna alle organisaties. De grote toegevoegde waarde van flexbureaus zit hem juist in het vinden van mensen. Er zijn genoeg werkgevers die om die reden nu aankloppen bij flexbureaus.' Sjoerd Sijben van Onenine beaamt dat: 'Voor ons is zo'n krappe arbeidsmarkt niet per se slecht nieuws. Want als onze opdrachtgevers geen medewerkers kunnen vinden, lukt ons dat vaak wel.'

### Wat zeggen de deelnemers aan het onderzoek over deze trend?

- > 26% van de deelnemers noemt de krapte op de arbeidsmarkt de grootste bedreiging voor 2024-2025
- > 36% noemt behouden en binden van uitzendkrachten als belangrijkste trend
- > 20% geeft aan het werven van arbeidsmigranten als trend te zien
- > 27% vindt het bedreigend dat ze geen nieuwe kandidaten kunnen werven
- > 13% ervaart problemen met het werven van intern personeel voor groei
- > 11% ziet een verschuiving van traditioneel uitzenden naar detacheren

*Zie voor alle onderzoeksresultaten bijlage 1.*



## Trend 2

# Verschuivende geopolitieke panelen

De mogelijke herverkiezing van Trump, de oorlog in Israël en Gaza, die tussen Rusland en Oekraïne, de zijderoute van China richting mondiale hegemonie, de toenadering tussen schimmige internationale leiders – de wereld rookt en rommelt als een vulkaan. Han Mesters, sector bankier bij ABN AMRO, is van huis uit historicus. Hij ziet wereldpanelen verschuiven en geopolitieke verhoudingen veranderen. 'We zitten nu in de fase van postglobalisering. Door alle ontwikkelingen zou het in mijn ogen op de wat langere termijn zomaar kunnen gebeuren dat Europa nog meer dan nu op zichzelf is aangewezen. Dat je allemaal individuele machtsblokken in de wereld krijgt, met de Verenigde Staten aan de ene kant, Iran, China en Rusland aan de andere, en Europa ertussenin.'





## Trend 2

# Verschuivende geopolitieke panelen

### **Wereldeconomieonafhankelijke eindmarkten**

Een ver-van-jouw-bed-show? Nee, zegt Mesters, wat er op globaal niveau gebeurt raakt jou als klein flexbureau in de Nederlandse polder ook. Nu, vroeg, of laat. 'Een open economie als de Nederlandse gaat hier onherroepelijk last van krijgen. Want wat betekent het voor bedrijven die nu werknemers uit bijvoorbeeld China en India halen? Die moeten uit een nog kleinere vijver gaan vissen. Met name de cyclische sectoren worden geraakt, zoals de industrie, het transport en de logistiek. De CPB-cijfers van eind 2023 en begin 2024 wijzen daar al op.' Voor een flexbureau betekent dit dat de keuze voor je eindmarkten steeds belangrijker wordt. 'Zorg ervoor dat je je gaat richten op markten die niet afhankelijk zijn van de wereldeconomie.'

### Trend 3

# Toenemende digitalisering – AI is *here to stay*

Hier had een leuke beginalinea kunnen staan die is geschreven met ChatGPT. Om aan te geven hoe knap deze AI-technologie is in het schrijven van teksten. Foutloos, leesbaar, inhoudelijk sterk. Maar dat wordt een beetje cliché en flauw. Tegenwoordig kun je overal dat soort proeven van bekwaamheid tegenkomen.



## Trend 3

# Toenemende digitalisering



### AI nieuwe loot aan de stam

Dat neemt niet weg dat deze technologie elke seconde verandert. Verbetert, liever gezegd. Dat we in duizelingwekkende vaart aan het digitaliseren zijn. En dat AI echt zijn weerslag heeft op het werk van flexbureaus. 'Tijdens de coronapandemie is digitalisering in een stroomversnelling gekomen,' zegt Sjuk Akkerman. 'We zijn vaker op afstand gaan werken. Meer en meer werk werd geautomatiseerd. In korte tijd zijn er handige toepassingen om bijvoorbeeld het matchen van vraag en aanbod, de loonuitbetalingen en het verwerken van contracten te automatiseren bijgekomen.' De komst van AI betekende een extra dot gas. 'De enorme ontwikkeling daarvan biedt ook enorme kansen voor flexbureaus. Zo kan AI het matchen van kandidaten met vacatures sneller en beter doen. Ook het schrijven van vacatureteksten kun je geheel of deels door AI laten doen.'



## Trend 3

# Toenemende digitalisering



### Niet zomaar alles digitaliseren

Ook Sjoerd Sijben van Onenine ziet AI razendsnel om zich heen grijpen in de markt. 'Wij doen er evenwel nog niet heel veel mee. Wel laten we meer vacatureteksten door AI schrijven, zodat wij tijd overhouden voor onze corebusiness, voor het commerciële.' Volgens Stijn Rhebergen van Lokaal Werkt omarmen zij de trend van toenemende digitalisering. Maar blind alles digitaliseren doen ze bewust niet. 'Het is prettig dat er zoveel slimme recruitmenttools zijn om repeterend werk mee te automatiseren. Denk aan het posten van vacatures, het matchen, enzovoort. De tijd die we overhouden, besteden we graag aan wat wij écht belangrijk vinden: de persoonlijke touch. Wij doen persoonlijk wat we in onze ogen persoonlijk moeten doen: het interviewen van kandidaten, het checken van referenties en het onderhouden van klantrelaties bijvoorbeeld. Digitalisering en AI geven ons tijd om persoonlijk te kunnen zijn.'



### Wat zeggen de deelnemers aan het onderzoek over deze trend?

- > 20% van de deelnemers ziet het toepassen van automatisering en AI als trend
- > 23% geeft aan dat dit thema bij hen hoog op het prioriteitenlijstje staat

## Trend 4

# Anti-flex overheid

De overheid is in het afgelopen decennium niet bepaald verzot gebleken op flexbureaus. Meestal vanuit op zichzelf nobele motivaties – zoals het tegengaan van schijnzelfstandigheid en het beschermen van arbeidsmigranten – werden heel wat kinderen met het badwater weggegooid. De Wab met z'n ketenregeling, de Waadi, de certificeringsplicht en de Wtta: het zijn voorbeelden van een anti-flexoverheid. 'De overheid ziet mensen liever in vaste dienst,' zegt Han Mesters van ABN AMRO. 'En dat is echt een bedreiging voor flexbureaus. Het gekke is dat jonge mensen juist flexibel willen werken, zij zijn de aanjager van de groei in flex.' Al die politieke oekazes, die uitspraken van de commissie-Borstlap, Mesters vindt het niet meer van deze tijd. 'Het gaat daarbij allemaal over contractvormen, terwijl die er niet toe doen. Het gaat in deze arbeidsmarkt veel meer om competenties.'



## Trend 4

# Anti-flex overheid



### Wtta als grootste bedreiging?

Stefan Seldenthuis van Esler vindt daarnaast de lasten die flexbureaus aan de overheid moeten betalen onevenredig hoog. 'Ik heb daar wel eens een gesprek over gevoerd met iemand van het UWV. Die beweerde dat de lasten die wij moeten betalen zo hoog zijn omdat de instroom vanuit uitzendbureaus naar het UWV hoger is dan bij andere branches. Toen ik vroeg of ze ook wel eens gekeken hadden naar de uitstroom uit het UWV via uitzendbureaus, bleef het stil...' Sjoerd Sijben van Onenine licht tot slot de Wtta uit. 'Van al die aangescherpte wet- en regelgeving vanuit de overheid vind ik de Wtta by far de grootste bedreiging voor onze sector. Je moet veel meer doen, veel meer bijhouden, waardoor je minder toekomt aan je kernactiviteiten. We zullen hier mogelijk iemand expliciet voor vrij moeten maken. Het gaat ons meer administratief werk opleveren dan onze SNA-certificering.'

### Wat zeggen de deelnemers aan het onderzoek over deze trend?

- > 13% voelt de strengere en ingewikkelde wetgeving (zoals de Wtta) als een bedreiging
- > 20% heeft eenzelfde gevoel bij de politieke instabiliteit in ons land

## Trend 5

# Veranderende mentaliteit – Gen Z is... anders

Toch ook écht een trend in de huidige flexmarkt is de nieuwe generatie. Om precies te zijn de mentaliteit van Generatie Z (oftewel de Zoomers). Die is behoorlijk anders dan vroegere generaties, stelt Stijn Rhebergen. 'Ik merk dat jongeren van tegenwoordig niet zo graag 'vies werk' willen doen. Zoals eenvoudig logistiek werk of productiewerk. Wij hebben bijvoorbeeld een fruitteler als opdrachtgever. Het valt op dat Joost of Bram daar gewoon niet meer wil werken. Die wil liever een baan met een laptop, een iPhone en een leaseauto.' Rhebergen klinkt wellicht cynischer dan hij bedoelt. 'Ik maak me echt zorgen om de veranderende mentaliteit van de nieuwe generatie in Nederland. Met Lokaal Werkt spelen we op deze trend in door jongeren te werven in landen als Spanje en Portugal. Aan goede, welwillende kandidaten geen gebrek daar.'

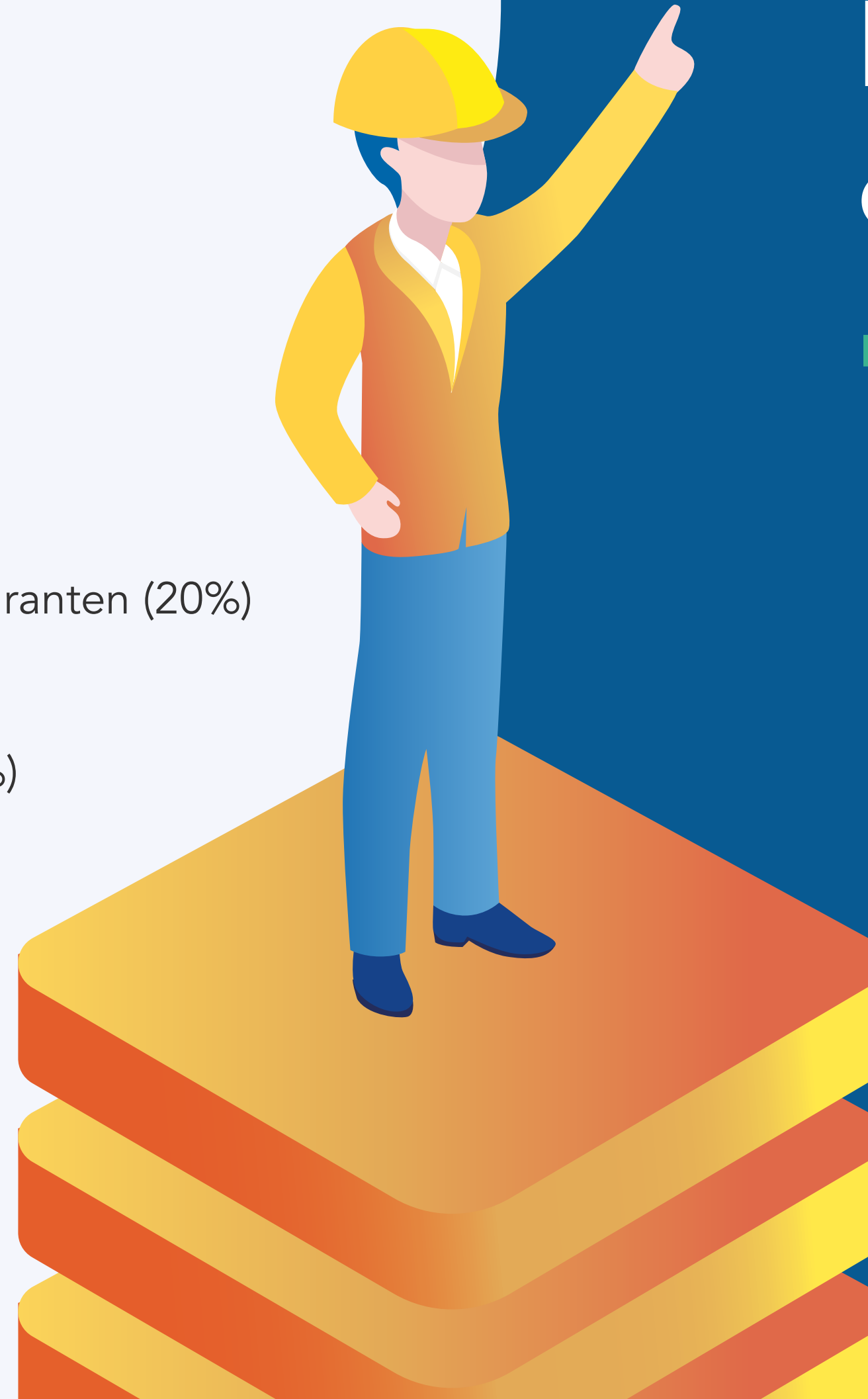




# Belangrijkste 5 trends uit het onderzoek

## Trends

1. Behouden en binden flexkrachten (36%)
2. Toepassen automatisering/AI (20%)  
Werven, huisvesten en uitzenden arbeidsmigranten (20%)
3. Zzp-bemiddeling (16%)
4. Werven intern personeel om te groeien (13%)
5. Verschuiving van traditioneel uitzenden naar detacheren (11%)



# Belangrijkste 5 bedreigingen uit het onderzoek

## Bedreigingen

1. Geen nieuwe kandidaten kunnen werven (27%)
2. Krapte arbeidsmarkt (26%)
3. Kostenstijgingen (23%)
4. Politieke instabiliteit (20%)
5. Strengere en ingewikkelde wetgeving (13%)

# Prioriteiten voor 2024-2025 volgens de experts

Veel trends uit het vorige hoofdstuk zijn niet om vrolijk van te worden, stemmen droef. De arbeidsmarkt is krap, de (wereld)economie zit niet mee en de overheid ligt dwars. Andere trends zijn kansrijker, maken juist optimistisch. Tegen al deze achtergronden en ontwikkelingen: wat zijn nu de prioriteiten van de ondervraagde compacte flexbureaus voor 2024-2025? Of liever gezegd: wat zouden die prioriteiten volgens experts moeten zijn? Welke kansen om zich te onderscheiden moeten compacte bureaus met beide handen grijpen om te kunnen groeien? En welke bedreigingen moeten ze met beide benen tackelen?



## Prioriteit 1

# Zet je kandidaten op 1 en niet je opdrachtgevers

Meteen een prikkelende prio: richt je eerst en vooral op je kandidaten en echt daarna pas op je opdrachtgevers. Groot voorvechter van dit standpunt is Wim Davidse. 'Er zijn nog altijd bureaus die juist de opdrachtgevers op 1 zetten en voor hen gaan zoeken naar het schaap met de vijf poten. Het is heel simpel: dat werkt niet. Zet je kandidaat op 1. Dit veronderstelt dat je de kandidaat écht kent. Wat willen je kandidaten? Wat drijft ze? Wat zijn hun opinies, interesses, behoeftes? Wat moet jij als flexbureau voor ze zijn, voor ze betekenen? Recruitment wordt zo strategische marketing. Waarbij jij je markt en je doelgroep bepaalt en vervolgens een propositie definieert. Hoe wil jij je voor die doelgroep onderscheiden?'

### Je bedrijfscultuur als USP

Davidse vindt een groot medestander in Han Mesters. 'Of je nu detacheerder bent of uitzender, focus je op de kandidaat', zegt hij. 'Dat houdt in dat je eigen interne cultuur je USP wordt. En de kwaliteit van je management bepalend. Zorg voor een goed merk, voor goed werkgeverschap, en ga daarmee de concurrentie aan met andere flexbureaus én opdrachtgevers.'

### Wat zeggen de deelnemers aan het onderzoek over deze prioriteit?

- > 30% noemt het behouden en binden van uitzendkrachten als topprio
- > 27% geeft aan dat nieuwe kandidaten werven het belangrijkste wordt
- > 6% zegt dat de verschuiving van uitzenden in Fase A (1/2) naar uitzenden in Fase B / C (3/4) prioriteit krijgt

## Prioriteit 2

# Voer een strategische dialoog met je opdrachtgever

(die dus op 2 staat)

Het klinkt zwaarder dan het is, een strategische dialoog. Het komt erop neer dat je met je opdrachtgevers – die natuurlijk belangrijk blijven, maar minder belangrijk zijn dan je kandidaten – een goed inhoudelijk gesprek voert over wat ze nodig hebben. Mesters: 'Het is cruciaal dat je open op zoek gaat naar de behoefte van de opdrachtgever. Welke competenties heeft hij nodig? Blijf daarbij vooral niet in het standaard 'uitzendplaatje' hangen. Denk niet verkokerd in categorieën als uitzenden, detacheren en zzp. Maar doe een open, breed aanbod, met allerlei contractvormen en competenties'

Wat zeggen de deelnemers aan het onderzoek over deze prioriteit?

- > 8% geeft prio aan het vergroten van hun waarde voor inleners



## Prioriteit 3

# Pak de kansen die de trends van 2024-2025 je bieden

Het is het mooie van elke crisis, elke ramp, elk probleem. Er is altijd hoop, er zijn op elk moment wel kansen te vinden. Zo ook in een tijdperk vol teleurstellende trends. Neem nu die krappe arbeidsmarkt en de niet bepaald flexgezinde overheid. Volgens Sjuk Akkerman kun je je prima onderscheiden als flexbureau. 'Richting kandidaat kan dat bijvoorbeeld door opleidingen en loopbaanbegeleiding aan te bieden. We zitten met elkaar in de transitie naar een duurzame maatschappij, veel banen veranderen daardoor. En veel nieuwe banen ontstaan, denk aan mensen die windmolenparken aanleggen. Voor de verduurzaming zijn veel mensen nodig. Daarnaast zijn er veel mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt die

kunnen worden omgeschoold naar beroepen waar vraag naar is. Volgens mij kan elk flexbureau hierbij een mooie rol spelen, in samenwerking met een onderwijsinstelling, of andere partijen.'

Een andere kans om je te onderscheiden is richting je opdrachtgevers. Akkerman: 'Voor hen kun je nog meer waarde toevoegen door je dienstverlening te gaan verbreden. Er komt heel veel wet- en regelgeving op bedrijven af. Met name kleinere bedrijven hebben niet altijd een HR-afdeling. Jij als flexbureau hebt veel kennis van en ervaring met wet- en regelgeving en HR-gerelateerde zaken. Daarmee kun je kleine bedrijven prima helpen, ontzorgen.'

Zo kun je zelf vast ook genoeg kansen ontdekken. Denk ook aan de kans je te specialiseren, kies daarbij een nichemarkt die je goed kent of kunt leren kennen. En die – denk aan trend 2 – niet of nauwelijks afhangt van wat er op mondiaal niveau gebeurt. Akkerman wil ten slotte de kansen benadrukken die AI biedt (trend 3!). 'Zie AI niet als bedreiging maar als kans. Ga er om te beginnen eens mee experimenteren. Bijvoorbeeld bij het schrijven van vacatureteksten.' AI biedt flexbureaus enorme kansen door de matching en selectie van kandidaten te verbeteren via geavanceerde algoritmes en machine learning, wat resulteert in nauwkeurigere en snellere plaatsingen. Daarnaast kan AI routinetaken automatiseren, waardoor de efficiëntie wordt verhoogd en kosten worden bespaard. Dit stelt recruiters in staat zich te richten op strategische taken en verbetert de algehele dienstverlening en concurrentiepositie van flexbureaus. (Vooruit, deze laatste drie zinnen zijn wél geschreven door ChatGPT).

### Wat zeggen de deelnemers aan het onderzoek over deze prioriteit?

- > 8% geeft prio aan het vergroten van hun waarde voor inleners
- > 23% wil komend jaar vooral automatisering en AI gaan toepassen



# Belangrijkste 5 prioriteiten uit het onderzoek

1. Behouden en binden flexkrachten (30%)
2. Werven nieuwe kandidaten (27%)
3. Toepassen automatisering/AI (23%)
4. Werven, huisvesten en uitzenden arbeidsmigranten (18%)
5. Werven van intern personeel om verder te groeien (12%)



## Bijlage 1

# Vragenlijst

### **Wat zie jij als belangrijkste trend(s) voor jouw compacte flexbureau in 2024/2025** (maximaal 3 antwoorden mogelijk)

- Behouden en binden van uitzendkrachten
- Werven, huisvesten en uitzenden arbeidsmigranten
- Zzp bemiddeling
- Toepassen automatisering / AI (front- en backoffice software, Artificial Intelligence)
- Vergroten waarde aan inleners door o.a. HR advies
- Verschuiving van uitzenden in Fase A (1/2) naar uitzenden in Fase B / C (3/4)
- Werven intern personeel om te groeien
- Marketing en employee branding voor jouw flexbureau
- Verschuiving van traditioneel uitzendbureau naar detacheringsbureau
- Anders.....

### **Wat zie jij als de grootste bedreiging(en) voor jouw flexbureau in 2024/2025** (maximaal 3 antwoorden mogelijk)

- Concurrentie van andere flexbureaus
- Te weinig kennis intern personeel
- Geen nieuwe kandidaten kunnen werven
- Strengere en ingewikkelde wetgeving o.a. Toelatingsplicht uitzendbureaus (WTTA)

- Kostenstijgingen
- Politieke instabiliteit
- Krapte op de arbeidsmarkt
- Anders, namelijk:.....

### **Wat is jouw belangrijkste prioriteit(en) vanaf nu tot eind 2025?** (maximaal 3 antwoorden mogelijk)

- Behouden en binden van uitzendkrachten
- Werven, huisvesten en uitzenden arbeidsmigranten
- Toepassen automatisering (front- en backoffice software, Artificial Intelligence)
- Vergroten waarde aan inleners door o.a. HR advies
- Verschuiving van uitzenden in Fase A (1/2) naar uitzenden in Fase B / C (3/4)
- Werven intern personeel en vergroten kennis intern personeel om te groeien
- Nieuwe kandidaten werven
- Organisatie voorbereiden op strengere en ingewikkelde wetgeving
- Marketing en employee branding voor jouw flexbureau
- Anders, namelijk:.....



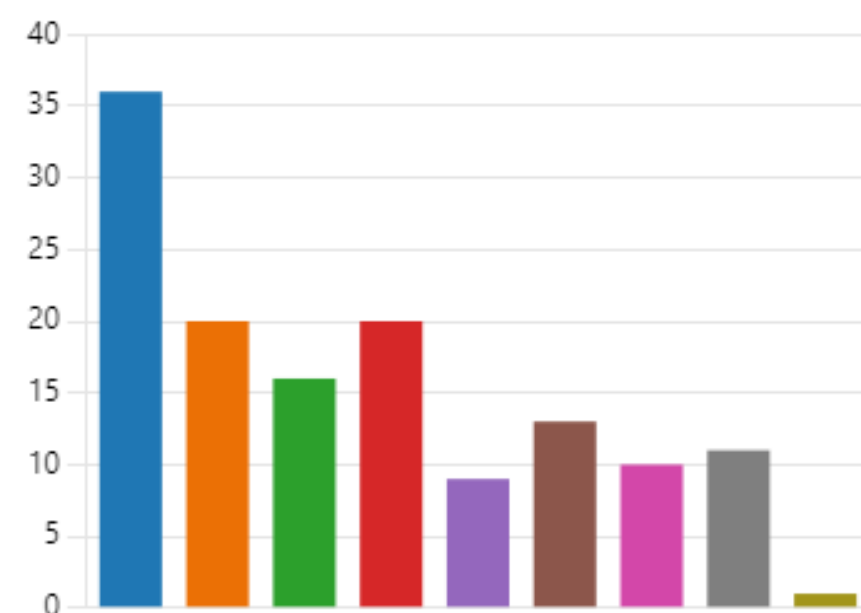
## Bijlage 2

# Enquête resultaten

### 1. Wat zie jij als belangrijkste trend(s) voor jouw flexbureau in 2024-2025

[Meer details](#)

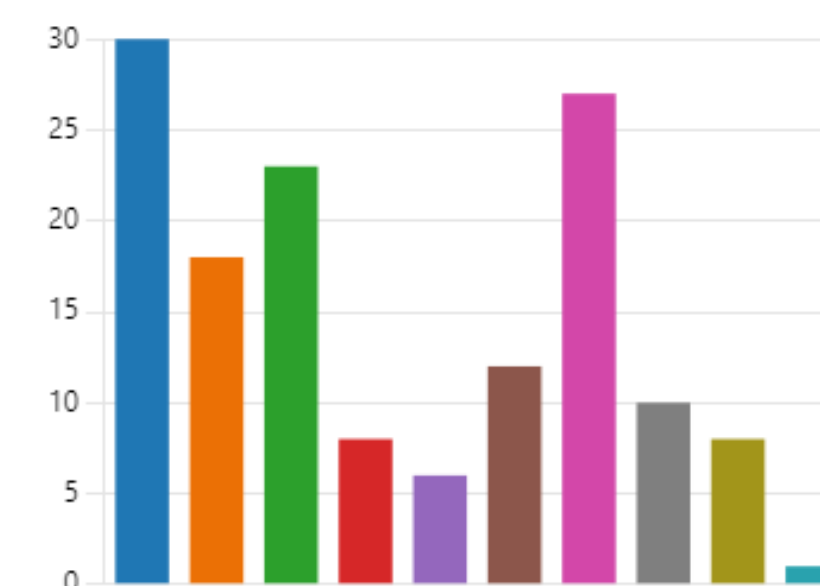
Behouden en binden van uitzenden...	36
Werven, huisvesten en uitzenden...	20
ZZP-bemiddeling	16
Toepassen automatisering/AI (fr...	20
Vergroten waarde aan inleners ...	9
Werven intern personeel om te ...	13
Marketing en employee brandin...	10
Verschuiving van traditioneel uit...	11
Andere	1



### 3. Wat is/zijn jouw belangrijkste prioriteit(en) tot eind 2025?

[Meer details](#)

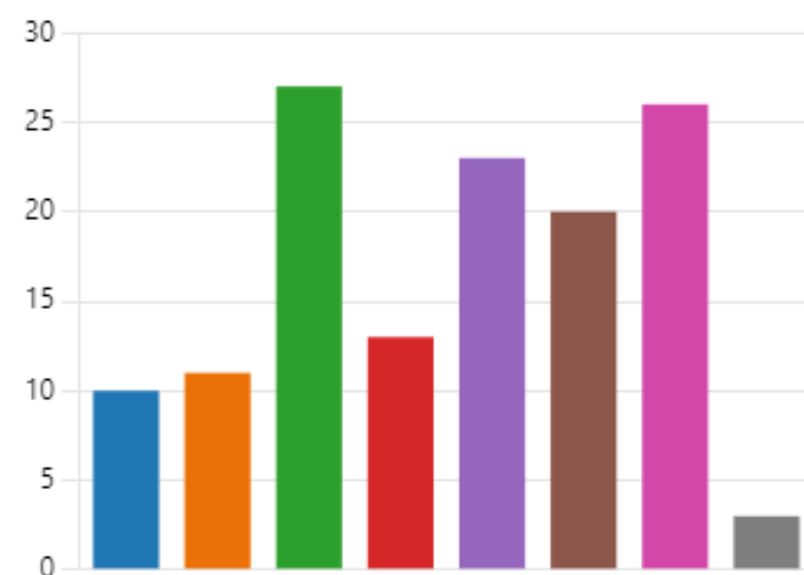
Behouden en binden van uitzenden...	30
Werven, huisvesten en uitzenden...	18
Toepassen automatisering/AI (fr...	23
Vergroten waarde aan inleners ...	8
Verschuiving van uitzendkrachte...	6
Werven intern personeel en ver...	12
Nieuwe kandidaten werven	27
Organisatie voorbereiden op str...	10
Marketing en employee brandin...	8
Andere	1



### 2. Wat zie jij als de grootste bedreiging(en) voor jouw flexbureau in 2024-2025?

[Meer details](#)

Concurrentie van andere flexbur...	10
Te weinig kennis intern personeel	11
Geen nieuwe kandidaten kunne...	27
Strengere en ingewikkelde wetg...	13
Kostenstijgingen	23
Politieke instabiliteit	20
Krapte op de arbeidsmarkt	26
Andere	3



## Bijlage 3

# Geïnterviewde ondernemers en experts

### Esler

#### Geïnterviewde

Stefan Seldenthuis

#### Functie

Directeur

#### Aantal vestigingen

1

#### Jaar van oprichting

2008

#### Aantal interne medewerkers

11 (9 FTE)

#### Aantal uitzendkrachten

40

### Lokaal Werkt

#### Geïnterviewde

Stijn Rhebergen

#### Functie

Oprichter

#### Aantal vestigingen

5

#### Jaar van oprichting

2020

#### Aantal interne medewerkers

6

#### Aantal uitzendkrachten

100

### Onenine

#### Geïnterviewde

Sjoed Sijben

#### Functie

Oprichter

#### Aantal vestigingen

1 (Weert)

#### Jaar van oprichting

2019

#### Aantal interne medewerkers

8

#### Aantal uitzendkrachten

70

#### Geïnterviewde

Sjuk Akkerman

#### Functie

Sector bankier bij ING

#### Geïnterviewde

Wim Davidse

#### Functie

Flexstrateeg bij Dzjeng

#### Geïnterviewde

Han Mesters

#### Functie

Sector bankier bij ABN AMRO

## Bijlage 4

# Gebruikte bronnen

<https://www.flexmarkt.nl/brancheinformatie/analyse-flexmarkt-en-vooruitzichten-2023/>

<https://www.flexmarkt.nl/brancheinformatie/er-zal-altijd-flex-zijn-maar-misschien-niet-meer-zoveel-als-nu/>

<https://www.uwv.nl/nl/over-uwv/magazines-nieuwsbrieven/uwvmagazine>

<https://www.rabobank.nl/kennis/d011381945-sectorprognoses-groeivertraging-in-vrijwel-alle-sectoren>

<https://www.flexmarkt.nl/brancheinformatie/werkgevers-voorzichtiger-randstad-ziet-winst-bijna-halveren/>

<https://www.flexnieuws.nl/2024/01/de-flexbranche-in-en-na-2024>

## Aansluitende kennistip:

We geloven in excellente service, ook al ben je geen klant van ons. We delen graag onze kennis om jou vooruit te helpen in succesvol en flexibel ondernemerschap.

We hebben meer tips voor je klaargezet op onze kennisbank:

Check hier [www.flexpedia.nl/kennisbank](http://www.flexpedia.nl/kennisbank)

**flexPEDIA**  
FLEX OPLOSSINGEN WAAR JE BLIJ VAN WORDT



Wij zijn Flexpedia

# flexPEDIA

FLEX OPLOSSINGEN WAAR JE BLIJ VAN WORDT

Wij maken mensen blij met flex oplossingen en doen daarvoor ons stinkende best.

Wij rollen de rode loper voor je uit, helpen je waar we kunnen. Met excellente service, een super scherp en transparante prijs én persoonlijke aanpak om jou blij te maken. Daar doen we het voor.

Meer informatie over wat Flexpedia voor jouw onderneming kan betekenen?

Check [www.flexpedia.nl](http://www.flexpedia.nl)

“Ook andere vinden dat wij het goed doen”

vcu<sup>v</sup>



NBBU

**Colofon:**

Geschreven door: **Paul Poley** (tekstschrijver)  
in opdracht van Flexpedia BV

Concept: Aldert Faassen  
(Flexpedia Team Customer Success)

Vormgeving: Elaine Bouhof (Brandmates)

Datum: september 2024

