



Opdrachtgever

SZW



Ministerie van Sociale Zaken en
Werkgelegenheid

Opdrachtnemer

Panteia / S. de Visser, F. Volker, R.

Hoevenagel, A. Witkamp, M. Engelen

Onderzoek

De markt voor dienstverlening aan huis

*: onderzoek naar vraag- en
aanbodzijde*

Einddatum – 4 maart 2014

Categorie

Wets- en beleidsevaluatie

De markt voor dienstverlening aan huis : onderzoek naar vraag- en aanbodzijde

Conclusie

In dit rapport worden vraag en aanbod van de markt voor dienstverlening aan huis in kaart gebracht en met elkaar geconfronteerd. De hoofdvraag is die naar de omvang en eigenschappen van deze markt. Bijzondere aandacht gaat uit naar de kennis van en gedragsbeïnvloeding door de geldende wet- en regelgeving, met als achterliggende vraag hoe de markt op eventuele beleidswijzigingen zou reageren. Dienstverlening aan huis wordt gedefinieerd als regelmatige en beroepsmatige werkzaamheden in en voor particuliere huishoudens door particuliere dienstverleners. De termen huishoudelijk werk en diensten aan huis gelden als equivalenten. Ruim 1 miljoen huishoudens besteden diensten uit op de markt voor dienstverlening aan huis voor een totaal van jaarlijks 272 miljoen uur à 2,5 miljard euro. Daarvan valt 95% onder de Regeling Dienstverlening aan Huis, op grond waarvan de particuliere werkgever geen loonbelasting en premies hoeft af te dragen en de dienstverlener niet verzekerd is voor de werknemersverzekeringen. Maar 5% van de afnemers blijkt goed op de hoogte van de wet- en regelgeving. Ruim de helft vindt het belangrijk zich aan de wet te houden, maar slechts 3,2% doet dit ook echt. Ook onder aanbieders zijn de regels amper bekend. De zorgenden en de bijverdieners stellen vaak ook geen prijs op betere rechtsbescherming. Zij waarderen de vrijheid die met informele arbeid is geassocieerd vaak meer dan een verbeterde rechtspositie. Voor de professionals ligt dit iets anders. Zij zouden in het algemeen graag een deel van hun flexibiliteit opgeven in ruil voor een betere rechtspositie. Een groot deel van deze groep bestaat echter uit ongedocumenteerde migranten, voor wie een betere rechtsbescherming naast een juridische, vooral ook een symbolische betekenis heeft.

Link naar bestand

<http://www.onderzoekwerkeninkomen.nl/rapporten/icayfe1n>



Panteia

Research to Progress

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



De markt voor dienstverlening aan huis

Onderzoek naar vraag- en aanbodzijde

Suzanne de Visser; Floor Volker; Ruud Hoevenagel; Auke Witkamp; Mirjam Engelen

C10570

Zoetermeer, 4 maart 2014

Inhoudsopgave

| | |
|--|-----------|
| Samenvatting | 5 |
| S1 Inleiding | 5 |
| S1 Vraagzijde in beeld | 5 |
| S.2 Aanbodzijde in beeld | 9 |
| | |
| 1 Inleiding | 13 |
| 1.1 Achtergrond en doel van het onderzoek | 13 |
| 1.2 De markt voor dienstverlening aan huis | 14 |
| 1.3 Onderzoeksvragen | 15 |
| 1.4 Onderzoeksopzet | 16 |
| 1.5 Leeswijzer | 16 |
| | |
| Deel 1: Vraagzijde in beeld | 17 |
| | |
| 2 Omvang van de markt | 19 |
| 2.1 Huidige markt | 19 |
| 2.2 Segmentering | 20 |
| 2.3 Potentiële markt | 21 |
| 2.4 Samengevat: omvang van de markt in beeld | 23 |
| | |
| 3 Achtergrond van de vraag | 25 |
| 3.1 Wie vraagt? | 25 |
| 3.2 Waarom vragen vragers (niet): motieven voor de vraag | 28 |
| 3.3 Uitbesteden en arbeidsparticipatie | 31 |
| | |
| 4 Organisatie van de dienstverlening | 33 |
| 4.1 Werving en selectie | 33 |
| 4.2 De rol van bemiddelaars | 36 |
| 4.3 Aantal dienstverleners | 38 |
| 4.4 Frequentie en omvang van de dienstverlening | 39 |
| | |
| 5 Kosten en financiering van de dienstverlening | 41 |
| 5.1 Prijs van de dienstverlening | 41 |
| 5.2 Financiering: wie betaalt? | 42 |
| | |
| 6 Wet- en regelgeving | 45 |
| 6.1 Kennis: bekendheid met wet- en regelgeving | 45 |
| 6.2 Houding: belang van wet- en regelgeving | 48 |
| 6.3 Gedrag: toepassing wet- en regelgeving | 49 |
| | |
| 7 Gevoeligheid van de vraag | 57 |
| 7.1 Prijs | 57 |
| 7.2 Administratieve lasten | 57 |
| 7.3 Inhuur via een organisatie | 59 |
| 7.4 Persoonlijke relatie | 59 |
| 7.5 Gevoeligheid afgewogen | 60 |

| | |
|---|-----------|
| Deel II: Aanbodzijde in beeld | 63 |
| 8 Typering aanbod | 65 |
| 8.1 Kenmerken van aanbieders | 65 |
| 8.2 Drie typen aanbieders | 67 |
| 9 Motieven van het aanbod | 71 |
| 9.1 Motieven om dit werk te gaan doen | 71 |
| 9.2 Motieven om dit werk te blijven doen | 73 |
| 9.3 Motieven om te stoppen | 76 |
| 9.4 Reflectie: keuzevrijheid? | 77 |
| 10 Organisatie van het werk | 79 |
| 10.1 Het vinden van adressen | 79 |
| 10.2 Wijze van uitvoering | 80 |
| 10.3 De rol van bemiddelaars | 81 |
| 11 Rechten en plichten | 83 |
| 11.1 Kennis: bekendheid met wet- en regelgeving | 83 |
| 11.2 Houding | 85 |
| 11.3 Gedrag: toepassing wet- en regelgeving | 87 |
| 11.4 Arbeidsvoorwaarden in de praktijk | 89 |
| 11.5 Beleving wet- en regelgeving: ervaring en behoefte | 92 |
| 12 Gevoeligheid van het aanbod | 95 |
| 12.1 Factoren die het aanbod beïnvloeden | 95 |
| 12.2 Beleid en regelgeving | 96 |
| Deel III: Confrontatie vraag en aanbod | 97 |
| 13 Conclusie: vraag en aanbod verbonden | 99 |
| 13.1 Tekorten en overschotten op de markt | 99 |
| 13.2 Gemak en vertrouwen | 99 |
| 13.3 Transparantie | 101 |
| 13.4 De invloed van wet- en regelgeving: naleving, bescherming, respect | 101 |
| Bijlage 1 Methodologische verantwoording | 103 |
| Bijlage 2 Omvang van de markt (vraagzijde) | 109 |
| Bijlage 3 Regulering van de markt voor dienstverlening aan huis: enkele voorbeelden uit omliggende landen | 111 |
| Bijlage 4 Spreidingsgrafiek prijzen | 115 |

Samenvatting

S1 Inleiding

In opdracht van de Commissie Dienstverlening aan Huis heeft Panteia de vraag- en aanbodkant van de markt voor dienstverlening aan huis in kaart gebracht. De hoofdvraag daarbij is wat de omvang en eigenschappen voor de markt dienstverlening aan huis zijn: hoe groot is de markt, wat zijn de kenmerken van deze markt, en hoe zou de markt reageren op eventuele beleidswijzigingen?

We hanteren daarvoor de volgende definitie:

Definitie

Dienstverlening aan huis wordt voor het doel van dit onderzoek gedefinieerd als "regelmatige en beroepsmatige werkzaamheden in en voor particuliere huishoudens door particuliere dienstverleners". De termen 'huishoudelijk werk' en 'diensten aan huis' worden in dit onderzoek als equivalenten gezien.

Ten behoeve van dit onderzoek is een internetenquête uitgevoerd onder 15.000 huishoudens. Daarnaast hebben 32 diepte-interviews met dienstverleners plaatsgevonden. Op deze wijze is een representatief beeld van de vraagzijde en een indicatief beeld van de aanbodzijde verkregen.

S1 Vraagzijde in beeld

Omvang van de markt

Ruim 1 miljoen Nederlandse huishoudens besteden op dit moment dienstverlening uit op de markt voor dienstverlening aan huis¹, zo blijkt uit tabel S.1.

Tabel S.1 Omvang van de markt voor dienstverlening aan huis (N=1915)

| | Aantal huishoudens | In uren per jaar | In € per jaar |
|----------------------|-------------------------------|------------------|---------------|
| Totale huidige markt | 1 miljoen (13% ²) | 272 miljoen | € 2,5 miljard |

1) Inclusief bijdragen van derden (waaronder de overheid).

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Gemiddeld besteedt elk van deze huishoudens 196 uur dienstverlening per jaar uit. Dit komt neer op een totaal van ruim 272 miljoen uur dienstverlening die jaarlijks tegen betaling door Nederlandse huishoudens wordt uitbesteed. De markt heeft daarmee een omvang van ruim 2,5 miljard euro. Het overgrote deel van deze werkzaamheden (95%) valt onder de Regeling Dienstverlening aan Huis. Deze regeling is van toepassing op dienstverlening die op minder dan vier dagen plaatsvindt ten behoeve van een huishouden. Op grond van de regeling hoeft de particuliere werkgever geen loonbelasting en premies werknemersverzekeringen af te dragen. De dienstverlener is niet verzekerd voor de werknemersverzekeringen.

Dienstverlening aan huis betreft een grote diversiteit aan werkzaamheden. Een belangrijk onderscheid is tussen enerzijds dienstverlening die plaatsvindt op grond

¹ Het betreft hier alleen huishoudens die gebruik maken van een particuliere dienstverlener op arbeidsovereenkomst. Dit is dus exclusief huishoudens die gebruik maken van zelfstandig ondernemers of dienstverleners die voor de uitvoering van dit werk in loondienst zijn bij een derde.

² De wijze waarop dit percentage tot stand is gekomen, is toegelicht in bijlage 2.

van een persoonsgebonden budget uit Wmo of AWBZ (zorg aan huis en huishoudelijke hulp met een zorgindicatie) en anderzijds niet-geïndiceerde dienstverlening (waarvan schoonmaak, oppas en onderhoud aan huis en tuin de belangrijkste vormen van dienstverlening zijn). Wanneer we kijken naar het type dienstverlening dat wordt uitbesteed, dan zien we dat de deelmarkt voor het schoonmaken van de woning veruit het grootst is. Bijna de helft (1,1 miljard euro) van het totale bedrag dat jaarlijks wordt uitgegeven aan dienstverlening aan huis betreft het schoonmaken van de woning. De tabel hieronder laat de omvang van de verschillende deelmarkten zien.³

Tabel S.2 Omvang deelmarkten dienstverlening aan huis (N=1915)

| | Aantal huishoudens | In uren per jaar | In € per jaar ⁴ |
|---|--------------------|------------------|----------------------------|
| Huishoudelijke hulp vanwege een zorgindicatie | 105.555 (1,4%) | 25 miljoen | € 213 miljoen |
| Zorg aan huis | 78.247 (1,0%) | 28 miljoen | € 273 miljoen |
| Schoonmaken van de woning | 714.730 (9,4%) | 103 miljoen | € 1,1 miljard |
| Onderhoud huis of tuin | 270.978 (3,6%) | 42 miljoen | € 424 miljoen |
| Oppas/gastouder aan huis | 174.875 (2,3%) | 60 miljoen | € 352 miljoen |
| Andere huishoudelijke werkzaamheden | 56.191 (0,7%) | 14 miljoen | € 129 miljoen |

1) Inclusief bijdragen van derden (waaronder de overheid).

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Achtergrond van de vraag

Uitbesteding van dienstverlening aan huis neemt toe met het opleidingsniveau en het huishoudinkomen. Onder hogeropgeleiden wordt door 20% van de huishoudens dienstverlening aan huis uitbesteed. Onder middelbaar en laagopgeleiden bedraagt dit aandeel respectievelijk 12% en 9%. Een nog duidelijker verband zien we met de hoogte van het huishoudinkomen. Vooral huishoudens met een inkomen van meer dan twee keer modaal besteden dienstverlening aan huis relatief vaak uit (in 37% van de gevallen).

Wel zien we verschillen in het 'type' huishoudens dat gebruik maakt van dienstverlening die plaatsvindt op grond van een persoonsgebonden budget uit Wmo of AWBZ (hierna aangeduid als 'geïndiceerde dienstverlening') en huishoudens die gebruik maken van niet-geïndiceerde dienstverlening. Afnemers van geïndiceerde dienstverlening zijn vaker ouder, lager opgeleid en hebben een lager huishoudinkomen dan huishoudens die gebruik maken van niet-geïndiceerde dienstverlening.

Verschillen tussen afnemers van geïndiceerde en niet-geïndiceerde dienstverlening zien we ook terug wanneer we kijken naar de redenen om dienstverlening aan huis af te nemen. Het er zelf niet toe in staat zijn is veruit de belangrijkste reden voor het afnemen van geïndiceerde dienstverlening. Tijdgebrek is daarentegen de meest voorkomende reden voor het uitbesteden van niet-geïndiceerde dienstverlening.

Organisatie van de dienstverlening

Kijkend naar de manier waarop huishoudens de dienstverlening organiseren, valt allereerst op dat huishoudens bij het zoeken naar een geschikte dienstverlener veruit het meest gebruik maken van zogenaamde 'warme' wervingskanalen: familie, vrienden, kennissen en burens blijken de meest gebruikte ingangen om een geschikt persoon te vinden. 'Koudere' wervingskanalen als de inzet van (bemiddelende)

³ In de vragenlijst zijn oppas en gastouder aan huis als twee aparte categorieën uitgevraagd. Omdat het aantal huishoudens dat gebruik maakt van een gastouder te klein is om betrouwbare uitspraken over te doen (N=53), zijn beide categorieën in het rapport samengenomen.

organisaties en advertenties worden aanzienlijk minder vaak gebruikt. Dit is niet verwonderlijk, aangezien het grote merendeel van de huishoudens aangeeft dat de betrouwbaarheid van de persoon die de diensten uitvoert, een persoonlijke klik en goede referenties de belangrijkste factoren bij het al dan niet aannemen van een dienstverlener zijn.

Ook op de deelmarkten voor geïndiceerde dienstverlening zijn warme wervingskanalen belangrijk. Niettemin blijken op deze deelmarkten ook bemiddelingsbureaus, de gemeente en andere organisaties relatief belangrijk. Huishoudens op deze deelmarkten zien zich vaker dan huishoudens die gebruik maken van niet-geïndiceerde dienstverlening geconfronteerd met een beperkte beschikbaarheid van geschikte dienstverleners: reden om voor de werving vaker te kiezen voor meer 'externe' wervingskanalen. Met name bemiddelingsbureaus spelen op deze deelmarkten een relatief grote rol. Naast de werving, leveren deze bemiddelingsbureaus vaak ook andere diensten, zoals administratieve handelingen, vervanging bij ziekte en het uitbetalen van de dienstverlener.

Kosten en financiering van de dienstverlening

Het uitbesteden van dienstverlening aan huis kost gemiddeld € 9,60 per uur. Dit bedrag is inclusief bijdragen van derden, zoals de overheid. Omdat huishoudens echter niet altijd goed zicht hebben op de hoogte van deze bijdragen, betreft het hier waarschijnlijk een onderschatting. Met name op de markten voor geïndiceerde dienstverlening ligt de gemiddelde uurprijs in werkelijkheid vermoedelijk hoger.

Tabel S.3 Gemiddelde prijs per uur die huishoudens betalen voor verschillende typen dienstverlening (N=1168)

| | <i>Gemiddelde prijs per uur</i> |
|---|---------------------------------|
| Huishoudelijke hulp vanwege een zorgindicatie | € 8,50 |
| Zorg aan huis | € 9,50 |
| Schoonmaken van de woning ⁵ | € 10,50 |
| Onderhoud huis of tuin | € 10,30 |
| Oppas/gastouder aan huis | € 5,90 |
| Andere huishoudelijke werkzaamheden | € 8,90 |
| Totale markt | € 9,60 |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 201

Waar niet-geïndiceerde dienstverlening (met als uitzondering de kinderopvangtoeslag die wordt ontvangen voor gastouderopvang) vrijwel uitsluitend door huishoudens zelf wordt betaald, wordt geïndiceerde dienstverlening vaak betaald door het huishouden en een (overheids)instantie samen. Het gaat hier vrijwel altijd om een persoonsgebonden budget (PGB), gemeentelijke bijdrage of tegemoetkoming vanuit de AWBZ die wordt verstrekt door de gemeente, het CIZ of het zorgkantoor. Het huishouden zelf betaalt daarbij vaak de helft of minder dan de helft van het uurloon.

⁵ Bijlage 3 geeft spreidingsgrafieken van de prijzen per uur die schoonmakers en oppassen/gastouders volgens de inleners ontvangen.

Wet- en regelgeving

De Regeling Dienstverlening aan Huis ontheft huishoudens die dienstverlening aan huis afnemen van een aantal plichten, maar bepaalt wel dat huishoudens zich aan een aantal regels moeten houden. Zo zijn huishoudens verplicht hun dienstverlener minimaal het wettelijk minimumloon te betalen, moet er een vakantietoeslag worden betaald en moet het loon worden doorbetaald bij ziekte en vakantie.

Het onderzoek laat zien dat het kennisniveau ten aanzien van wet- en regelgeving onder meer dan de helft (55%) van de huishoudens die vallen onder de Regeling Dienstverlening aan Huis slecht of zeer slecht is. Slechts 5% van deze huishoudens beschikt over een goede kennis van wet- en regelgeving. Het kennisniveau van de resterende 40% van de huishoudens is redelijk. Deze beperkte kennis wordt zichtbaar in het aandeel huishoudens dat zich in de praktijk aan de wet- en regelgeving houdt.

Zo blijkt dat een kwart van alle huishoudens, waarvan het uurloon en de leeftijd van de dienstverlener bekend zijn, hun dienstverlener minder dan het wettelijk minimumloon (WML) uitbetaalt. Omdat niet alle huishoudens goed zicht hebben op de bijdragen van derden, zoals de overheid, gaat het hier waarschijnlijk om een overschatting. Mogelijk ontvangt een deel van deze dienstverleners met deze bijdrage wel een uurloon van minimaal WML, maar is dit bij het huishouden dat deze dienstverlener inhuurt niet bekend. Dit is niettemin opvallend, omdat het huishouden formeel de werkgever van de dienstverlener is en hier dus wel voor verantwoordelijk is. Kijkend naar de overige plichten, dan zien we dat slechts 11% van de huishoudens die vallen onder de Regeling Dienstverlening aan Huis de dienstverlener doorbetaalt wanneer deze ziek wordt. Nadere analyse laat zien dat in totaal 4,1% van alle huishoudens die gebruik maken van dienstverlening aan huis aan de volledige regel rondom doorbetaling bij ziekte voldoet. Deze huishoudens betalen hun dienstverlener minimaal 6 weken door wanneer deze ziek wordt en betalen in dit geval minimaal minimumloon én tenminste 70% van het uurloon. Eveneens slechts 11% van de huishoudens die vallen onder de Regeling Dienstverlening aan Huis betaalt vakantie van de dienstverlener (deels) door. Een nog kleiner aandeel van 4% doet dit volgens de Regeling voor (minimaal) 4 weken per jaar en betaalt daarbij het gehele uurloon. Tot slot betaalt slechts 13% van de huishoudens die vallen onder de Regeling Dienstverlening aan Huis een vakantietoeslag aan hun dienstverlener.

Gevoeligheid van de vraag: gevolgen van beleidswijzigingen

Het onderzoek laat zien dat een (beperkte) prijsstijging van de dienstverlening naar verwachting minder effect op de vraag zal sorteren dan een vergroting van de administratieve lasten die gepaard gaan met de inhuur van dienstverlening aan huis. Niettemin zou een prijsstijging van 10% kunnen resulteren in een krimp van de markt (in aantal huishoudens) met 9% tot 25%.

De effecten van een verhoging van de administratieve lasten (door het verplicht afdragen van belastingen of premies of de verplichting een betalingsadministratie bij te houden) of een verplichte inhuur via een organisatie zijn potentieel evenwel nog veel groter. Op zichzelf zou elk van deze maatregelen een terugval van de vraag naar geïndiceerde dienstverlening met zo'n 20% tot 40% van de huishoudens kunnen veroorzaken. Daar bovenop komt nog het feit dat deze maatregelen zouden kunnen resulteren in een groei en/of de instandhouding van de informele markt, omdat een relatief groot deel van de huishoudens (een vijfde tot een kwart) aangeeft zich niet aan deze nieuwe regels te zullen houden, maar de dienstverlening wel te blijven uitbesteden.

S.2 Aanbodzijde in beeld

Kenmerken van aanbieders

Op basis van de diepte-interviews met aanbieders van dienstverlening aan huis onderscheiden we drie verschillende 'typen' aanbieders:

Type A: het professionele type

Er is een groep dienstverleners die dit werk 20 tot 50 uur per week doet. Zij zijn voor hun hoofdkomen afhankelijk van dit werk en doen dit werk dan ook vanuit financiële motieven. In de regel gaat het hierbij om migranten, soms mét, en soms zonder verblijfsvergunning.

Type B: het bijverdienende type

Een tweede groep dienstverleners doet dit werk 8 tot 20 uur per week. Ook deze groep doet dit werk primair om financiële redenen, maar de inkomsten zijn nadrukkelijk een *aanvulling* op het huishoudinkomen. Deze groep is voor het hoofdkomen van het huishouden dus niet van dit werk afhankelijk. Hiermee onderscheiden zij zich van het professionele type, voor wie dit wel het geval is. We zien daardoor ook een verschil in het aantal uren dat beide groepen werken. Het professionele type werkt minimaal 20 uur per week, maar vaak aanzienlijk meer. Het bijverdienende type doet dit werk hooguit 20 uur per week, maar veel vaker gaat het om kleine deeltijdbanen van 4 tot 12 uur per week. Vaak gaat het om vrouwen tegen die het inkomen van hun fulltime werkende partner aanvullen. Soms ook gaat het om mensen die dit werk naast hun uitkering doen. In een enkel geval is dit extra geld 'broodnodig', maar vaker wordt het gebruikt om zichzelf en/of het gezin iets meer luxe te kunnen geven.

Type C: het zorgende type

De laatste groep die we in de interviews zijn tegengekomen, onderscheidt zich niet zozeer van de andere groepen in het aantal uren dat dit type werk verricht wordt, maar in de reden dat zij dit werk doen. Deze reden is voor het zorgende type niet primair financieel van aard: zij doen dit werk in de eerste plaats om sociale of persoonlijke motieven. In sommige gevallen omdat men 'nodig' is, bijvoorbeeld omdat een familielid of bekende hulp nodig heeft, en in andere gevallen omdat men het werk leuk vindt en hier voldoening uit haalt. Het aantal uren dat deze groep dit werk doet, varieert. Soms gaat het slechts om enkele uren per week, soms ook gaat het om een fulltime werkweek van 40 uur.

Motieven van het aanbod: keuzevrijheid?

Een veelgehoorde perceptie over aanbieders van dienstverlening aan huis is dat zij (door de omstandigheden) gedwongen zijn om dit type werk te doen onder de daarbij behorende arbeidsomstandigheden en arbeidsvoorwaarden. Het onderzoek laat zien dat een kleine groep dienstverleners feitelijk inderdaad niet kán stoppen met dit werk omdat er geen andere opties zijn. Een andere, en waarschijnlijk veel grotere, groep zou wel kunnen stoppen, maar doet dit niet omdat zij de stap te groot vinden of gewoonweg niet willen stoppen. Keuzevrijheid als het gaat om het type werk is er dus voor het professionele type vaak niet, voor bijverdieners meestal wel, en voor het zorgende type vrijwel altijd.

In de praktijk blijkt echter dat bijna elke aanbieder, onafhankelijk van het type dienstverlener, wél de mogelijkheid heeft om een ander adres te zoeken, wanneer de arbeidsomstandigheden en/of arbeidsvoorwaarden niet goed genoeg zijn. Als het gaat om de arbeidsomstandigheden en arbeidsvoorwaarden, is er voor alle typen dienstverleners binnen bepaalde grenzen dus wel sprake van een zekere keuzevrijheid. Aanbieders ervaren hun arbeidsomstandigheden en arbeidsvoorwaarden daardoor bijna nooit als slecht.

Wel zien we over de grenzen van de verschillende typen dienstverleners heen een aantal kwetsbare groepen. In de eerste plaats gaat het daarbij om aanbieders die dit werk nog niet zo lang doen en daardoor nog geen netwerk aan (potentiele) werkgevers hebben. Ook weinig assertieve personen zijn kwetsbaar voor slechte arbeidsomstandigheden en arbeidsvoorwaarden. Het informele karakter van de markt brengt met zich mee dat dienstverleners vooral zelf moeten opkomen voor hun rechten en de voorwaarden en omstandigheden waaronder zij bereid zijn te werken. Doen zij dit niet, dan lopen zij het risico dat werkgevers (bewust of onbewust) misbruik van hen maken en dat zij hun werk onder slechte omstandigheden en tegen slechte(re) voorwaarden moeten uitvoeren. Tot slot vormen dienstverleners met een zeer sterke persoonlijke band met hun werkgever een risicogroep. Een sterke persoonlijke band staat het voeren van een zakelijk gesprek soms in de weg. Dat maakt het voor veel dienstverleners moeilijk de door hen gewenste arbeidsomstandigheden en arbeidsvoorwaarden op te eisen.

Rechten en plichten

Het onderzoek wijst erop dat het kennisniveau van de geldende wet- en regelgeving rondom dienstverlening aan huis onder aanbieders laag is. Maar weinig respondenten, met uitzondering van degenen die via een bemiddelingsbureau werken, hebben kennis van hun wettelijke rechten en plichten. Wat daarbij een belangrijke rol speelt is de perceptie dat 'formele' arbeidsrechten niet van toepassing zijn als men zwart werkt. Bovendien heerst bij veel respondenten de stellige overtuiging dat arbeidsbescherming (zoals doorbetaling bij ziekte en vakantie en verzekering bij arbeidsongeschiktheid en ontslag) geld kost. En dat is iets dat het merendeel van de geïnterviewde er niet voor over heeft: zij hebben liever een goed loon op korte termijn, dan meer zekerheid voor de lange termijn.

In de praktijk eisen aanbieders hun rechten daardoor nauwelijks op. Veruit de meeste respondenten, met uitzondering van degenen die via een bemiddelingsbureau werken, krijgen bijvoorbeeld niet doorbetaald bij ziekte of vakantie. Wel liggen de uurlonen over het algemeen ruimschoots boven het wettelijk minimumloon.

Tegenover het feit dat het merendeel van de respondenten veel van de formele rechten niet ontvangt, staat het feit dat veel van deze respondenten zich ook niet houden aan hun formele plichten (aangifte inkomstenbelasting en eventueel het doorgeven van bijverdiensten aan de uitkeringsinstantie). Respondenten ervaren deze situatie over het algemeen als helder, duidelijk en positief: *'omdat je zwart werkt, heb je geen rechten, maar heb je wel een hoger loon'*. Dat laatste is precies wat veel respondenten het liefst willen.

Een minderheid die fulltime werkt en voor langere tijd dit werk wil blijven doen heeft wel behoefte aan rechten, maar dan vooral aan 'het hele pakket' aan arbeidsrechten die ook voor reguliere werknemers gelden. Zaken die nu onder de Regeling Dienstverlening aan Huis zijn geregeld, zoals beperkte doorbetaling bij ziekte en vakantie, zijn daarbij een eerste stap, maar raken niet werkelijk de essentie van waar deze groep behoefte aan heeft. Het gaat hen in de eerste plaats om 'zekerheid voor de toekomst'. Daarbij denken zij vooral aan voorzieningen als pensioen en verzekeringen voor ziekte en arbeidsongeschiktheid.

Tot slot zien we in de interviews een groep die wel belasting betaalt, en vaak ook de arbeidsvoorwaarden zoals de Regeling Dienstverlening aan Huis die voorschrijft ontvangt. Dit betreft vaak dienstverleners in de geïndiceerde dienstverlening. Deze

dienstverleners zijn vaak ontevreden over hun rechtspositie. Ze hebben het gevoel dat ze veel moeten inleveren en er weinig voor terugkrijgen. Dit kan worden omschreven als een gevoel van 'onrecht' en 'uitbuiting'. Deze gevoelens richten zich niet zozeer op de werkgevers (van hen wordt niet verwacht dat zij deze extra kosten opbrengen), maar op de overheid of op de bemiddelingsorganisatie waarvoor zij werken.

Gevoeligheid van het aanbod

Tot slot is het de vraag hoe aanbieders reageren op gewijzigde wet- en regelgeving.

Prijs

Prijs is een belangrijke factor in de overweging om dienstverlening aan huis aan te bieden. Het merendeel van de geïnterviewden kiest liever voor een goed loon op korte termijn, dan voor meer rechtsbescherming voor de langere termijn. Slechts een klein deel van de geïnterviewden is bereid een deel van het loon in te leveren in ruil voor meer of betere arbeidsrechten. Wanneer de lonen toch dalen, zal dat tot gevolg hebben dat meer aanbieders zich op de informele markt zullen begeven en het werk 'zwart' gaan doen. Liever een goed loon dan goede rechtsbescherming, geldt voor de meeste respondenten.

Persoonlijke band en keuzevrijheid

Een belangrijke driver die maakt dat veel aanbieders dit werk *blijven* doen, is de persoonlijke band met de werkgever. Vrijwel alle geïnterviewde dienstverleners willen blijven werken op hun huidige adressen, omdat de persoonlijke band hét punt is wat hen motiveert voor dit werk. Dat betekent dat een scenario waarin zij wél meer of betere arbeidsrechten krijgen, maar niet meer voor hun huidige werkgevers kunnen blijven werken, voor hen niet aantrekkelijk is. Hetzelfde geldt voor een scenario van meer en betere arbeidsrechten, maar niet meer zelf de adressen waarop men werkt kunnen kiezen. In dat geval kiezen vrijwel alle respondenten ervoor de situatie te laten zoals deze nu is: liever geen of weinig rechten, dan de huidige adressen kwijtraken of niet meer zelf de werkgever kunnen kiezen.

Een scenario waarbij aanbieders verplicht worden om via een organisatie te werken, brengt volgens veel respondenten met zich mee dat zij hierin althans een deel van hun keuzevrijheid kwijtraken. De persoonlijke band met de huidige werkgevers en de vrijheid om zelf de eigen werkgevers te kiezen zijn voor veel aanbieders echter zo belangrijk, dat zij aangeven zich aan deze regel te zullen onttrekken. Dit scenario zou daarmee kunnen leiden tot een groei of instandhouding van de informele markt.

Laagdrempeligheid en administratieve lasten

Tot slot is ook de laagdrempeligheid en het gebrek aan administratieve lasten een belangrijke reden om voor dit werk te kiezen en het ook te blijven doen. Veel respondenten wijzen een scenario van meer en betere arbeidsrechten af, omdat zij bang zijn voor de administratieve rompslomp die hiermee gepaard gaat. Wanneer arbeidsrechten administratieve lasten zoals het invullen van formulieren of het onderhouden van contact met instanties met zich meebrengen, kiezen veel respondenten ervoor om op de informele markt te (blijven) werken, ook als dat betekent dat zij daardoor minder arbeidsrechten hebben.

1 Inleiding

1.1 Achtergrond en doel van het onderzoek

De markt voor dienstverlening aan huis is al sinds lange tijd onderwerp van beleid en onderzoek. Het is om verschillende redenen een moeilijke markt om zicht op te krijgen. Dat komt enerzijds doordat vraag en aanbod versnipperd zijn – er zijn grote aantallen werkgevers die kleine hoeveelheden diensten afnemen⁶ – en anderzijds doordat een aanzienlijk deel van de markt informeel is en daardoor niet in officiële statistieken voorkomt. Het is ook een bijzondere markt in de zin dat personeel afwijkende arbeidsrechten heeft vergeleken met personeel in andere sectoren.

Twee ontwikkelingen in binnen- en buitenland

In 2007 vond een belangrijke beleidsontwikkeling plaats, toen de Regeling Dienstverlening aan Huis in werking trad. Deze regeling had tot doel om “wit” werken te bevorderen en ook om de markt voor persoonlijke dienstverlening te vergroten, en zo de arbeidsmarkt voor dienstverlening aan huis te stimuleren. De essentie van de Regeling is dat de werkgevers voor dienstverleners aan huis die dit werk op minder dan vier dagen per week verrichten niet langer verplicht zijn om afdrachten loonheffing en premies werknemersverzekeringen te doen. Ook geldt een loondoorbetalingsplicht van zes weken in plaats van twee jaar. Hierdoor wordt het eenvoudiger en goedkoper om dienstverlening aan huis af te nemen. De overige werkgeversplichten zijn wel van toepassing; er moet minimaal wettelijk minimumloon worden betaald; er moet vakantiegeld worden betaald; en loon moet worden doorbetaald bij vakantie.⁷ De regeling heeft betrekking op mensen die werken op arbeidsovereenkomst voor de particulier: worden uitgevoerd door een particuliere dienstverlener: voor zzp-ers en mensen in loondienst bij een andere organisatie zijn de voor hen geëigende regels van toepassing.

In 2011 is ILO verdrag 189 aangenomen inzake *Decent Work for Domestic Workers*. Dit verdrag verplicht ratificerende staten ertoe om huishoudelijk personeel rechten toe te kennen die gelijkwaardig zijn aan de rechten voor overige werknemers.

Het kabinet heeft in 2013 een Commissie Dienstverlening aan Huis ingesteld om onderzoek te doen naar een mogelijke verbetering van de positie van huishoudelijk personeel en de gevolgen van eventuele ratificatie van het genoemde ILO verdrag. Het voorliggende onderzoek moet in dat kader worden gezien.

Doel van het onderzoek

De Commissie heeft op dit moment behoefte aan een verkenning van de markt voor dienstverlening aan huis. Het doel van dat onderzoek is het in kaart brengen van de vraag- en aanbodkant van de markt voor dienstverlening aan huis. Deze verkenning dient als basis voor het eigen onderzoek van de Commissie.

⁶ Inmiddels enigszins gedateerd onderzoek uit 2004 toonde aan dat er circa 300.000 huishoudelijk hulpen voor circa 872.000 huishoudens werkten. Zie: Raad voor Werk en Inkomen, *Huishouden op de markt. Advies persoonlijke dienstverlening*, 26 januari 2006.

⁷ <http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/arbeidsovereenkomst-en-cao/dienstverlening-aan-huis>. De lijst van condities die hierboven wordt genoemd is niet uitputtend.

1.2 De markt voor dienstverlening aan huis

Voor dit onderzoek is het belangrijk het onderwerp van het onderzoek – de markt voor dienstverlening aan huis in Nederland – goed af te bakenen. In deze paragraaf wordt de omvang van de markt geconceptualiseerd. Dit leidt tot een definitie die we in het onderzoek te gebruiken. De basis hiervoor ligt in de definities uit het genoemde ILO verdrag, en uit de Regeling Dienstverlening aan Huis.

Een brede en een smalle definitie

Volgens ILO verdrag 189 bestaat huishoudelijk werk uit “regelmatige en beroepsmatige werkzaamheden in en voor huishoudens”.⁸ Dat is een brede definitie die verschillende typen werk omvat, dat zowel binnen als buiten het huis wordt uitgevoerd. Ook kan de relatie tussen aanbieder en afnemer van huishoudelijk werk variëren van zeer intensief – bijvoorbeeld van een fulltime dienstverband en inwoning – tot zeer extensief – bijvoorbeeld bij het uitvoeren van een maandelijks klus.

De Regeling ‘Dienstverlening aan huis’ stelt als criterium aan huishoudelijk werk dat dit werk maximaal drie dagen per week wordt uitgevoerd. Dat wil zeggen: als iemand vier of meer dagen per week huishoudelijk werk verricht valt die persoon niet onder de Regeling. Er wordt dan van de werkgever verwacht dat deze alle formele werkgeversverplichtingen op zich neemt, zoals afdrachten voor sociale verzekeringen en loonbelasting. De definitie zoals gehanteerd voor de Regeling is dus nauwer dan die zoals gehanteerd in het ILO verdrag.

Voor dit onderzoek houden we primair de bredere definitie aan, waaronder dus ook arbeidsrelaties van vier of meer dagen per week worden meegenomen. Dat betekent dat dus ook fulltime (inwonend) personeel, zoals butlers, worden meegenomen.

Er zijn twee belangrijke redenen waarom wij voor deze bredere aanpak kiezen:

- De scheidslijn zal voor afnemers van diensten aan huis in sommige gevallen niet zo duidelijk zijn. Dat betekent dat wanneer wij de vraagzijde van de markt in kaart gaan brengen, het een onnatuurlijk en weinig betrouwbare schifting tot gevolg zou hebben wanneer we specifiek op zoek gaan naar die arbeidsrelaties van maximaal drie dagen per week.
- De Commissie heeft als doel om de effecten van mogelijke ratificatie van het ILO verdrag te onderzoeken; daarom ligt het voor de hand om ook in de marktverkenning oog te hebben voor de ILO definitie.

Particulier of niet-particulier

Belangrijk voor de definitie is ook de wijze waarop dienstverleners worden ingehuurd. Voor dit onderzoek is het van belang dat het gaat om inhuur van particuliere dienstverleners door particuliere huishoudens: alleen dan spreken we binnen dit onderzoek van dienstverlening aan huis. Dat betekent dat werkzaamheden in en om het huis die op basis van een overeenkomst van opdracht (ovo) worden uitgevoerd (zoals het geval is bij zzp'ers en freelancers) hier niet toe worden gerekend. Dit geldt

⁸ Art. 1(a): “Domestic work mean work performed in or for a household or households”. Art. 1(c): “a person who performs domestic work only occasionally or sporadically and not on an occupational basis is not a domestic worker”. Voor dit onderzoek zijn deze twee artikelen samengevoegd om tot bovenstaande definitie te komen. Dat klopt strikt genomen niet helemaal: huishoudelijk werk wordt in de conventie breder omschreven dan het werk dat wordt uitgevoerd door huishoudelijk werkers. Dat wil zeggen, er is ook huishoudelijk werk dat niet door huishoudelijk werkers wordt uitgevoerd. De implicatie van die gedachte is dat de markt voor huishoudelijk werk breder is dan de huidige benutting van de markt, en dat je voor een marktverkenning dus ook de niet-benutte vraagzijde van de markt in kaart moet brengen (het huishoudelijk werk dat momenteel niet beroepsmatig wordt uitgevoerd maar dat misschien, bij een bepaald prijsniveau, wel zou worden). Die benadering voert echter te ver voor het huidige onderzoek. Daarom nemen we de definitie over zoals die in de offerteaanvraag voor dit onderzoek werd gebruikt.

ook voor constructies waarbij de dienstverlener in loondienst is bij een (bemiddelende) organisatie. In deze gevallen is de regelgeving rondom dienstverlening aan huis niet van toepassing, bijvoorbeeld omdat er sprake is van een opdrachtovereenkomst in plaats van een arbeidsovereenkomst of omdat het particuliere huishouden niet de directe werkgever van de dienstverlener is.

Definitie

Dienstverlening aan huis wordt voor het doel van dit onderzoek gedefinieerd als "regelmatige en beroepsmatige werkzaamheden in en voor particuliere huishoudens door particuliere dienstverleners". De termen 'huishoudelijk werk' en 'diensten aan huis' worden in dit onderzoek als equivalenten gezien.

1.3 Onderzoeksvragen

Hoofdvraag

Wat zijn de omvang en eigenschappen van de markt voor dienstverlening aan huis?

Deelvragen: Kenmerken van de huidige markt

1. Wat is de huidige omvang van de markt naar diensten aan huis?
 - a. Hoeveel afnemers zijn er en hoeveel uur wordt er afgenomen?
 - b. Hoe groot zijn de verschillende segmenten van de markt (potentiële afnemers, daadwerkelijke afnemers onder de brede definitie van de markt, en daadwerkelijke afnemers die onder de Regeling Diensten aan Huis vallen)?
2. Wat zijn achtergrondkenmerken van afnemers en aanbieders van diensten aan huis? (bv ten aanzien van gezinssituatie, inkomen, maatschappelijke positie, leeftijd).
3. Onder welke arbeidsvoorwaarden wordt er gewerkt? Hoe zijn de kosten georganiseerd? (Betaalt de afnemer zelf of ontvangt deze daarvoor ondersteuning?)
4. Hoe vinden werving en selectie plaats?
5. In hoeverre zijn afnemers en aanbieders op de hoogte van relevante wet- en regelgeving (in het bijzonder de Regeling Dienstverlening aan Huis)?
6. Hoe wordt de huidige wet- en regelgeving ervaren door afnemers en aanbieders van diensten aan huis?
7. In hoeverre wordt er door afnemers en aanbieders voldaan aan de relevante wet- en regelgeving (in het bijzonder de Regeling Dienstverlening aan Huis)?

Deelvragen: Gevoeligheid van de vraag

8. Welke motieven hebben mensen om diensten aan huis af te nemen? (En welke motieven hebben potentiële afnemers om geen diensten af te nemen?)
9. Wat zijn de voorkeuren van (potentiële) afnemers ten aanzien van diensten aan huis? Bijvoorbeeld ten aanzien van:
 - a. prijs
 - b. formele arbeid / legale constructies
 - c. behandeling van personeel
 - d. gemak van werving en selectie
10. Hoe zou de vraag reageren op eventuele beleidswijzigingen (met bv als gevolg: hogere werkgeverskosten, administratieve lasten, meer verantwoordelijkheden voor formalisering van de arbeid (loonbelasting, verzekeringen, etc)?)

Deelvragen: gevoeligheid van het aanbod

11. Welke motieven hebben mensen om diensten aan huis aan te bieden? (En welke motieven hebben potentiële aanbieders om geen diensten aan te bieden?)
12. Wat zijn de voorkeuren van (potentiële) aanbieders ten aanzien van diensten aan huis? Bijvoorbeeld ten aanzien van:
 - a. prijs
 - b. formele arbeid / legale constructies
 - c. behandeling door opdrachtgever
 - d. gemak van matchmaking
13. Hoe zou het aanbod reageren op eventuele beleidswijzigingen (met bv als gevolg: verhoogde arbeidsrechtelijke bescherming, minder mogelijkheden tot informele arbeid)?

1.4 Onderzoekopzet

Het onderzoek bestond uit de volgende activiteiten:

- Een kort deskresearch ter voorbereiding op het ontwikkelen van de vragenlijsten en gesprekspuntenlijsten
- Een enquête onder een steekproef van 15.000 huishoudens in Nederland over de vraag naar en het aanbod van dienstverlening aan huis⁹
- Diepte-interviews met 32 aanbieders van dienstverlening aan huis

1.5 Leeswijzer

Het rapport bestaat uit drie delen.

Deel I beschrijft de vraagzijde van de markt. We gaan daarvoor in de achtereenvolgende hoofdstukken in op de omvang van de markt (hoofdstuk 2), de achtergrond van de vraag (hoofdstuk 3), de manier waarop afnemers de dienstverlening organiseren (hoofdstuk 4), de kosten en financiering van de dienstverlening (hoofdstuk 5), kennis, houding en gedrag van afnemers rondom wet- en regelgeving (hoofdstuk 6) en de gevoeligheid van de vraag (hoofdstuk 7).

Deel II bevat een beschrijving van de aanbodzijde van de markt. Met dit doel geven we in hoofdstuk 8 een typering van het aanbod. In hoofdstuk 9 beschrijven we de achtergrond van het aanbod, waarna we in hoofdstuk 10 de wijze waarop aanbieders hun werk organiseren uiteenzetten. Kennis, houding en gedrag van aanbieders ten aanzien van hun rechten en plichten komen aan de orde in hoofdstuk 11. In hoofdstuk 12 beschrijven we de gevoeligheid van het aanbod.

Deel III bevat de confrontatie tussen vraag en aanbod. In het afsluitende hoofdstuk gaan we met dat doel achtereenvolgens in op de tekorten en overschotten op de markt, gemak, vertrouwen en transparantie en de invloed van wet- en regelgeving.

⁹ In bijlage 1 is een methodologische verantwoording opgenomen.

Deel 1: Vraagzijde in beeld

2 Omvang van de markt

Dit hoofdstuk beschrijft de omvang van de markt voor dienstverlening aan huis. In paragraaf 2.1 brengen we de omvang van de markt in kaart: hoeveel afnemers zijn er en hoeveel uur nemen zij af? Hoeveel geld gaat er jaarlijks in deze markt om? Ook zoomen we in deze paragraaf in op de omvang van de deelmarkten voor verschillende typen dienstverlening aan huis. Hoe groot zijn deze verschillende deelmarkten? In paragraaf 2.2 beschrijven we de potentiële omvang van deze markt: hoe groot zou de markt zijn wanneer latente vraag geëffectueerd wordt? Paragraaf 2.3 beschrijft de omvang van de verschillende segmenten van de markt: potentiële afnemers, daadwerkelijke afnemers onder de 'brede' en 'smalle' definitie van de markt, en de formele en informele markt. In paragraaf 2.4 geven we hiervan een samenvattend overzicht.

2.1 Huidige markt

Totale markt

Ruim 1 miljoen Nederlandse huishoudens besteden op dit moment dienstverlening uit op de markt voor dienstverlening aan huis, zo blijkt uit tabel 2.1. Het gaat hier om circa 13% van het totale aantal huishoudens in Nederland¹. Het betreft hier alleen huishoudens die gebruik maken van een particuliere dienstverlener. Dit is dus exclusief huishoudens die gebruik maken van zelfstandig ondernemers of dienstverleners die voor de uitvoering van dit werk in loondienst zijn. Deze laatste huishoudens vallen immers niet onder de voor dit onderzoek geldende definitie van dienstverlening aan huis.

Tabel 2.1 Omvang van de markt voor dienstverlening aan huis (N=14.400)²

| | <i>Aantal huishoudens</i> | <i>In uren per jaar</i> | <i>In € per jaar³</i> |
|----------------------|---------------------------|-------------------------|----------------------------------|
| Totale huidige markt | 1 miljoen (13%) | 272 miljoen | € 2,5 miljard |

1) Inclusief bijdragen van derden (waaronder de overheid).

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Gemiddeld besteedt elk van deze huishoudens 196 uur dienstverlening per jaar uit. Dit komt neer op een totaal van ruim 272 miljoen uur dienstverlening die jaarlijks tegen betaling door Nederlandse huishoudens wordt uitbesteed. De markt heeft daarmee een omvang van ruim 2,5 miljard euro.

Deelmarkten verschillende soorten dienstverlening

Op de markt voor dienstverlening aan huis worden heel verschillende typen diensten uitbesteed. Werkzaamheden variëren van zorg aan huis vanwege een indicatie op grond van de WMO of AWBZ tot het onderhouden van de tuin, en van het schoonmaken van de woning met en zonder indicatie tot het uitlaten van de hond. Omdat het hier gaat om heel verschillende typen werkzaamheden (naar aard, frequentie en reden van

¹ Bijlage 2 geeft een toelichting op de berekening van de omvang van de vraagzijde van de markt, de omvang van de markt is op twee manieren te schatten. De ene wijze leidt tot een schatting van tussen de 12,8 en 14% van de huishoudens die gebruik maken van dienstverlening aan huis. De andere schattingsmethode leidt tot een schatting van tussen de 8,7 en 16,5% huishoudens die gebruik maken van dienstverlening aan huis, het gemiddelde van beide schattingen is 13%.

² 87% van de respondenten maakt geen gebruik van dienstverlening aan huis volgens de in dit onderzoek geldende definitie.

gebruik), is het nuttig de markt voor dienstverlening aan huis uit te splitsen naar verschillende deelmarkten. Tabel 2.2 geeft hiervan een overzicht.¹

Tabel 2.2 Omvang deelmarkten dienstverlening aan huis (N=14.400)²

| | Aantal huishoudens | In uren per jaar | In € per jaar ³ |
|---|--------------------|------------------|----------------------------|
| Huishoudelijke hulp vanwege een zorgindicatie | 105.555 (1,4%) | 25 miljoen | € 213 miljoen |
| Zorg aan huis | 78.247 (1,0%) | 28 miljoen | € 273 miljoen |
| Schoonmaken van de woning | 714.730 (9,4%) | 103 miljoen | € 1,1 miljard |
| Onderhoud huis of tuin | 270.978 (3,6%) | 42 miljoen | € 424 miljoen |
| Oppas/gastouder aan huis | 174.875 (2,3%) | 60 miljoen | € 352 miljoen |
| Andere huishoudelijke werkzaamheden | 56.191 (0,7%) | 14 miljoen | € 129 miljoen |

1) Inclusief bijdragen van derden (waaronder de overheid).

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Wat zijn nu de grootste deelmarkten voor dienstverlening aan huis? Wanneer we afgaan op het aantal huishoudens dat een bepaald type dienstverlening uitbesteedt, dan blijkt dat de deelmarkt voor het schoonmaken van de woning veruit het grootst is. Het gaat hier om het uitbesteden van schoonmaakwerkzaamheden zonder dat er sprake is van een zorgindicatie. Ruim 714.000 huishoudens besteden dit type niet-geïndiceerde schoonmaakwerkzaamheden uit. Dit komt neer op ruim 9% van alle huishoudens in Nederland. Deze deelmarkt is daarmee bijna drie keer zo groot als de deelmarkt die hier in omvang het eerst op volgt. Ook in aantal uren en het geld overtreft deze deelmarkt vrijwel alle andere deelmarkten met bijna een factor twee.

De andere deelmarkten laten een meer diffuus beeld zien. Kijkend naar het aantal huishoudens dat van een bepaalde soort dienstverlening gebruik maakt, is de deelmarkt voor onderhoud aan huis en tuin na deelmarkt voor het schoonmaken van de woning veruit de grootste. Dat geldt ook voor het aantal euro's dat jaarlijks in deze deelmarkt omgaat. Kijken we echter naar het aantal uren dat jaarlijks van een bepaalde soort dienstverlening gebruik wordt gemaakt, dan zien we dat de deelmarkt voor oppaswerk aan huis die van onderhoud aan huis of tuin nog overtreft. Vanuit het oogpunt van de werkgelegenheid die de verschillende deelmarkten genereren, is dit geen onbelangrijke constatering.

Al met al kunnen we daarmee concluderen dat de deelmarkt voor niet-geïndiceerde schoonmaakwerkzaamheden veruit het grootst is. Deze deelmarkt wordt in grootte op behoorlijke afstand gevolgd door de deelmarkt voor onderhoud aan huis en tuin en die voor oppas/gastouder aan huis.

2.2 Segmentering

Brede en smalle definitie

In het inleidende hoofdstuk van dit rapport beschreven we al dat we in dit onderzoek de markt voor dienstverlening aan huis volgens een 'brede' definitie in kaart brengen: onafhankelijk van het aantal dagen waarop de dienstverlening wordt uitgevoerd. Dat neemt niet weg dat het interessant is na te gaan welk deel van deze dienstverlening

¹ In de vragenlijst zijn oppas en gastouder aan huis als twee aparte categorieën uitgevraagd. Omdat het aantal huishoudens dat gebruik maakt van een gastouder te klein is om betrouwbare uitspraken over te doen (N=53), zijn beide categorieën in het rapport samengenomen.

² De tabel bevat een overzicht van de 13% van de respondenten die gebruik maken van dienstverlening aan huis volgens de in dit onderzoek geldende definitie.

onder de 'smallere' definitie van de Regeling Dienstverlening aan Huis valt, waarvoor als één van de criteria geldt dat de dienstverlening maximaal drie dagen per week wordt uitgevoerd.

Tabel 2.3 laat voor de totale markt en voor de verschillende deelmarkten zien welk deel van de markt onder de smalle definitie valt.

Tabel 2.3 Segmentering van de markt naar brede en smalle definitie (N=1767)

| | <i>Smal (3 dagen of minder)</i> | <i>Breed (meer dan 3 dagen)</i> |
|--|---------------------------------|---------------------------------|
| Totale markt | 95,1% | 4,9% |
| Deelmarkt: huishoudelijke hulp zorgindicatie | 92,4% | 7,6% |
| Deelmarkt: zorg aan huis | 78,0% | 22,0% |
| Deelmarkt: schoonmaken van de woning | 98,1% | 1,9% |
| Deelmarkt: onderhoud huis en tuin | 97,4% | 2,6% |
| Deelmarkt: oppas/gastouder aan huis | 95,2% | 4,8% |
| Deelmarkt: andere huishoudelijke werkzaamheden | 77,0% | 23,0% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

We zien dat veruit het grootste deel van de markt (95%) onder de Regeling Dienstverlening aan Huis valt.¹ Slechts een klein deel van de markt (5%) valt niet onder de Regeling, omdat de diensten op meer dan drie dagen per week worden uitgevoerd.

Wanneer we kijken naar de verschillende deelmarkten, dan zien we dat een relatief groot deel van de deelmarkt voor zorg aan huis onder de brede definitie, en daarmee niet onder de regeling, valt. Ook andere huishoudelijke werkzaamheden (waaronder bijvoorbeeld het uitlaten van de hond, boodschappen doen of het ophalen van medicijnen) worden relatief vaak op meer dan drie dagen per week uitgevoerd.

2.3 Potentiële markt

Wanneer we alle deelmarkten samen nemen, dan blijkt dat 13% van de Nederlandse huishoudens dienstverlening uitbesteedt op de markt voor dienstverlening aan huis. De markt heeft echter de potentie om nog verder te groeien. Deze potentiële markt bestaat uit verschillende aspecten.

In de eerste plaats is er een groep huishoudens die wel werkzaamheden in en om het huis uitbesteden, maar waarbij er geen sprake is van dienstverlening aan huis volgens de voor dit onderzoek geldende definitie. Dat geldt in de eerste plaats voor de huishoudens die voor deze werkzaamheden gebruik maken van een zzp'er. Deze

¹ Onder de Regeling Dienstverlening aan Huis vallen personen die doorgaans op minder dan vier dagen per week uitsluitend of nagenoeg uitsluitend diensten verrichten ten behoeve van het huishouden van de natuurlijke persoon tot wie hij in dienstbetrekking staat. Sinds de uitbreiding van de Regeling in 2007 is expliciet opgenomen dat ook werkzaamheden in het kader van zorgverlening onder de Regeling vallen. Wat in de praktijk bekend staat als de Regeling Dienstverlening aan Huis bestaat in feite uit een aantal uitzonderingen op de publiekrechtelijke en civielrechtelijke plichten die aan werkgevers worden opgelegd. Dienstverleners of afnemers vallen dus automatisch onder de Regeling wanneer zij aan deze voorwaarden voldoen, ook wanneer zij zich hiervan niet bewust zijn of hier geen behoefte aan hebben. De definitie van dit onderzoek bevat uitsluitend personen en situaties waarin sprake is van een (al dan niet geformaliseerde) dienstbetrekking tussen dienstverlener en afnemer. Het drie-dagen criterium maakt daarmee een onderscheid tussen dienstbetrekkingen waarbij een normale arbeidsovereenkomst geldt en waarbij een dienstbetrekking geldt onder de Regeling Dienstverlening aan Huis.

huishoudens kunnen tot de potentiële markt voor dienstverlening aan huis gerekend worden, omdat de kans bestaat dat zij, wanneer hun huidige dienstverlener ermee stopt, een dienstverlener inhuren die wel onder de definitie van dienstverlening aan huis valt (bijvoorbeeld omdat de nieuwe dienstverlener zich voor dit werk niet heeft geregistreerd als zelfstandig ondernemer). Bovendien geldt dat de dienstverlener zelf, bijvoorbeeld als het beleid wijzigt, er zelf ook relatief gemakkelijk voor kan kiezen te 'switchen' van een zzp-constructie naar de markt voor dienstverlening aan huis. Zzp'ers opereren daarmee erg dicht tegen de markt voor dienstverlening aan huis aan. Dit betekent dat huishoudens die voor de dienstverlening aan huis gebruik maken van een zzp'er zich dicht tegen de markt voor dienstverlening aan huis bevinden.

Dit geldt ook voor huishoudens die gebruik maken van iemand in loondienst. Uit de interviews die we voor dit onderzoek met aanbieders hebben gehouden blijkt bijvoorbeeld dat een aantal respondenten er bewust voor heeft gekozen een dienstverband in loondienst te verruilen voor de vrijheid van de markt voor dienstverlening aan huis. Bovendien kunnen beleidswijzigingen er, bedoeld of onbedoeld, aan bijdragen dat organisaties die dienstverlening aan huis aanbieden nauwelijks nog dienstverleners in loondienst aannemen, zoals bijvoorbeeld gebeurde rondom de invoering van de Wmo. Daarbij geldt ook hier dat ook afnemers er door veranderende omstandigheden voor kunnen kiezen in het vervolg een dienstverlener in te huren die hiervoor niet bij een organisatie in loondienst is.

Tot slot blijkt dat er onder een deel van de huishoudens die op dit moment geen gebruik maken van dienstverlening aan huis een nog niet geëffectueerde vraag naar dienstverlening aan huis bestaat. Deze huishoudens maken op dit moment nog geen gebruik van dienstverlening aan huis, maar geven aan dit in de toekomst wel te zullen gaan doen.

Tabel 2.4 geeft een overzicht van de omvang van de potentiële markt, uitgesplitst naar bovengenoemde aspecten.

Tabel 2.4 Potentiële markt in aantal huishoudens

| | <i>Huidige markt</i> | <i>Zzp-ers</i> | <i>In loondienst</i> | <i>Niet geëffectueerde vraag</i> | <i>Potentiële omvang markt</i> |
|--|----------------------|----------------|----------------------|----------------------------------|--------------------------------|
| Totale markt | 1.005.664 | 211.111 | 400.165 | 347.125 | 1.964.064 |
| Deelmarkt: huishoudelijke hulp zorgindicatie | 105.555 | 15.755 | 244.195 | 56.191 | 421.696 |
| Deelmarkt: zorg aan huis | 78.247 | 15.755 | 74.571 | 29.934 | 198.507 |
| Deelmarkt: schoonmaken van de woning | 714.730 | 129.187 | 108.181 | 226.340 | 1.178.439 |
| Deelmarkt: onderhoud huis en tuin | 270.978 | 125.511 | 74.571 | 139.165 | 610.225 |
| Deelmarkt: oppas/gastouder aan huis | 174.875 | 29.934 | 31.509 | 54.616 | 290.934 |
| Deelmarkt: andere huishoudelijke werkzaamheden | 56.191 | 6.302 | 13.129 | 14.704 | 90.326 |

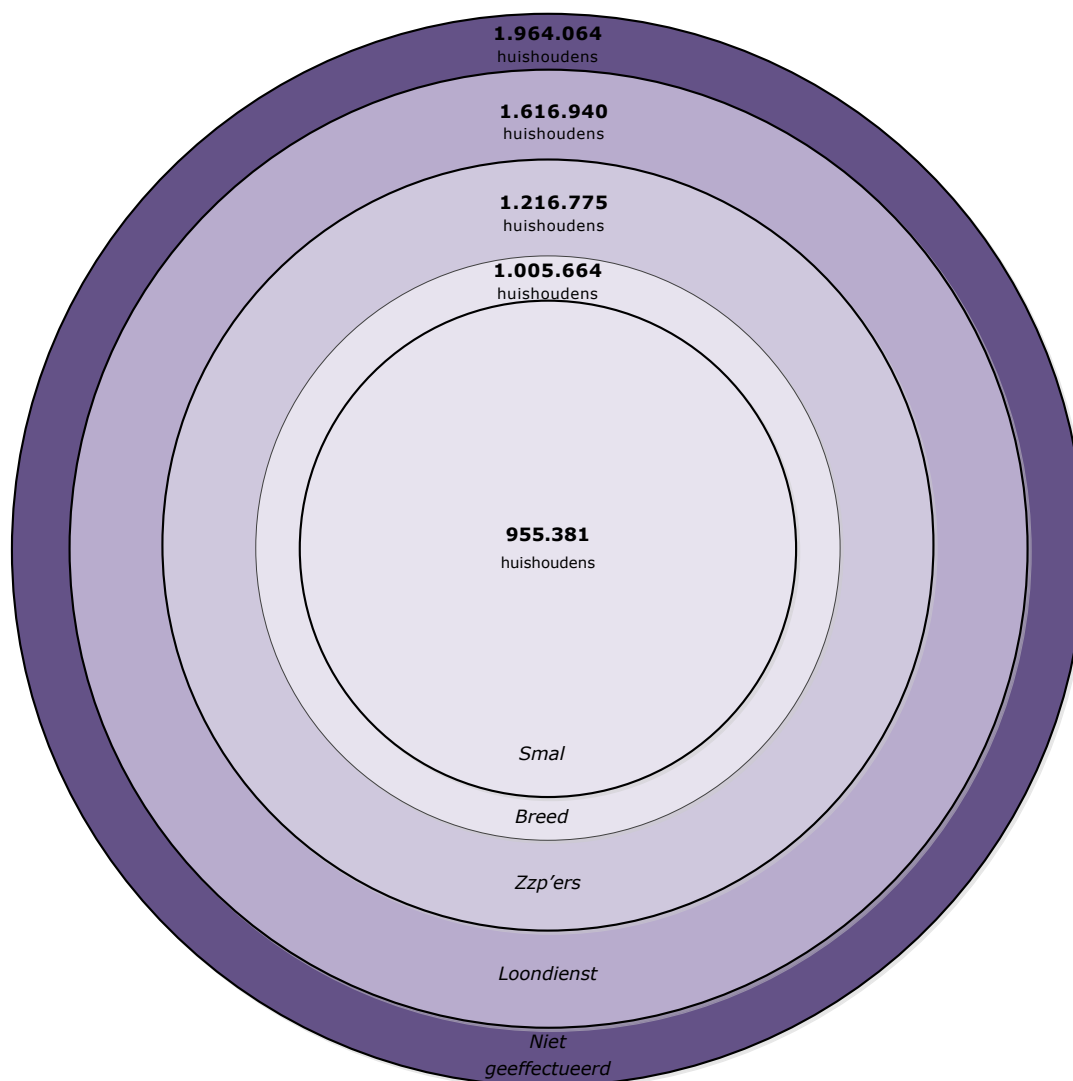
Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

De totale potentiële omvang van de markt bedraagt daarmee 1.964.064 huishoudens, zoals blijkt uit tabel 2.4.

2.4 Samengevat: omvang van de markt in beeld

Wanneer we de informatie uit bovenstaande paragrafen samenvatten ontstaat het volgende beeld van de totale markt voor dienstverlening aan huis.

Figuur 2.1 Schematische weergave van de potentiële markt voor dienstverlening aan huis



Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Hierbij staat de binnenste cirkel model voor het deel van de markt dat valt onder de Regeling Dienstverlening aan Huis. De tweede cirkel betreft alle huishoudens die vallen onder de brede ILO-definitie. Samen vormen de binnenste twee cirkels de huidige markt voor dienstverlening aan huis. De buitenste drie cirkels vormen samen de potentiële markt voor dienstverlening aan huis, bestaande uit huishoudens die nu al dienstverlening uitbesteden, maar hiervoor gebruik maken van een zzp'er (derde cirkel) of iemand die hiervoor in loondienst is (vierde cirkel), en uit huishoudens die nu geen gebruik maken van dienstverlening aan huis, maar dit in de toekomst wel denken te gaan doen (vijfde cirkel).

3 Achtergrond van de vraag

Dit hoofdstuk beschrijft de achtergrond van de vraag naar dienstverlening aan huis. We onderzoeken de markt hierbij vanuit de brede definitie zoals beschreven in de inleiding van dit rapport. Wie zijn de vragers op deze markt eigenlijk en welke determinanten voor gebruik kunnen we onderscheiden? Deze vragen worden beantwoord in paragraaf 3.1. In paragraaf 3.2 bekijken we vervolgens welke motieven (potentiele) afnemers hebben om dienstverlening aan huis al dan niet uit te besteden. Hierbij geldt dat de vragen die in dit hoofdstuk aan de orde komen, evenals de vragen in de nog volgende hoofdstukken over de vraagzijde, voor huishoudens die hebben aangegeven verschillende typen dienstverlening uit te besteden, alleen zijn uitgevraagd voor het soort dienstverlening dat de meeste uren wordt afgenomen en/of waaraan het meest wordt uitgegeven.

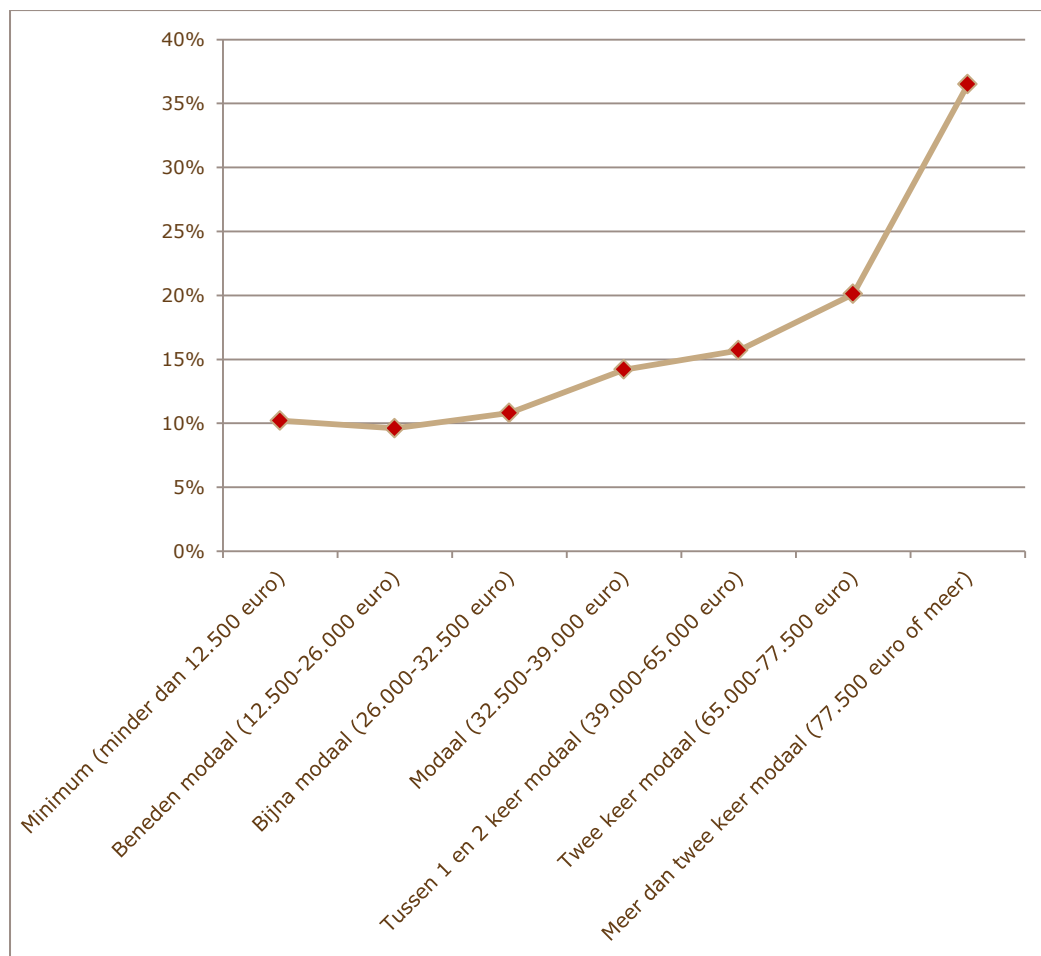
3.1 Wie vraagt?

Determinanten voor uitbesteding

Uitbesteding van dienstverlening aan huis neemt toe met het opleidingsniveau en het huishoudinkomen. Onder hogeropgeleiden wordt door 20% van de huishoudens dienstverlening aan huis uitbesteed. Onder middelbaar en laagopgeleiden bedraagt dit aandeel respectievelijk 12% en 9%.

Een nog duidelijker verband zien we met de hoogte van het huishoudinkomen. Figuur 3.1 maakt een duidelijk omslagpunt bij een inkomensgrens van meer dan twee keer modaal zichtbaar. Vooral huishoudens met een inkomen van twee keer modaal besteden dienstverlening aan huis relatief vaak uit (in 37% van de gevallen).

Figuur 3.1 Aandeel huishoudens dat gebruik maakt van dienstverlening aan huis naar inkomenscategorie (N=1895)



Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Opvallend is dat leeftijd geen duidelijk verband houdt met de vraag naar dienstverlening aan huis in het algemeen. Zo is het bijvoorbeeld niet zo dat er bepaalde leeftijdscategorieën te onderscheiden zijn waarbinnen huishoudens veel vaker gebruik maken van dienstverlening aan huis dan gemiddeld. Hetzelfde geldt voor de samenstelling van het huishouden. De aanwezigheid van thuiswonende kinderen in een huishouden maakt bijvoorbeeld geen groot verschil als het gaat om de vraag naar dienstverlening aan huis. Ook tussen alleenstaanden en gehuwden/samenwonenden zien we geen grote verschillen.

Uitbesteding van dienstverlening aan huis blijft dus stabiel over de levensloop. Wel verandert de uitbesteding van vorm: bij jonge gezinnen met thuiswonende kinderen, ligt de nadruk op het uitbesteden van oppas- en schoonmaakwerk, bij ouderen zonder thuiswonende kinderen op geïndiceerde dienstverlening.

Kenmerken van afnemers naar deelmarkt

Wie zijn nu de huishoudens die er wel voor kiezen dienstverlening aan huis uit te besteden en hoe is dit verdeeld over de deelmarkten? Tabel 3.1 geeft een overzicht van de verdeling naar verschillende leeftijdscategorieën.

Tabel 3.1 Afnemers naar leeftijd (N=1895)

| | 18-24 | 25-34 | 35-49 | 50-64 | 65+ |
|--|-----------|------------|------------|------------|------------|
| Totale markt | 9% | 17% | 34% | 24% | 17% |
| Deelmarkt: huishoudelijke hulp zorgindicatie | 5% | 12% | 28% | 25% | 31% |
| Deelmarkt: zorg aan huis | 8% | 11% | 24% | 30% | 27% |
| Deelmarkt: schoonmaken van de woning | 8% | 15% | 31% | 29% | 17% |
| Deelmarkt: onderhoud huis en tuin | 10% | 14% | 28% | 27% | 21% |
| Deelmarkt: oppas/gastouder aan huis | 11% | 29% | 52% | 7% | 2% |
| Deelmarkt: andere huishoudelijke werkzaamheden | 10% | 24% | 35% | 19% | 14% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

De tabel laat zien dat het merendeel van de personen die dienstverlening aan huis uitbesteden (58%) jonger is dan 50 jaar. Dat geldt echter niet voor geïndiceerde dienstverlening: dit type dienstverlening wordt merendeels afgenomen door 50-plussers.

Een onderscheid naar het huishoudinkomen van afnemers maakt een nog duidelijker verschil tussen de deelmarkten voor geïndiceerde en niet-geïndiceerde dienstverlening zichtbaar. Uit de enquête blijkt dat meer dan de helft (53%) van de afnemers van geïndiceerde dienstverlening een huishoudinkomen heeft dat onder het modale niveau ligt. Onder afnemers van niet-geïndiceerde dienstverlening ligt dit aandeel met 25% aanzienlijk lager. Het aandeel afnemers met een huishoudinkomen van twee keer modaal of meer is op de deelmarkten voor niet-geïndiceerde dienstverlening bovendien aanmerkelijk hoger dan op de deelmarkten voor geïndiceerde dienstverlening (16% versus 3%). Tabel 3.2 geeft een overzicht van de inkomensverdeling van afnemers op de verschillende deelmarkten.

Tabel 3.2 Afnemers naar huishoudinkomen (N=1895)

| | Minimum (minder dan 12.500) | Beneden modaal (12.500- 26.000) | Bijna modaal (26.000- 32.500) | Modaal (32.500- 39.000) | 1-2 keer modaal (39.000- 65.000) | Twee keer modaal (65.000- 77.500) | Meer dan twee keer modaal (77.500 euro of meer) | Wil niet zeggen |
|-------------------------------------|-----------------------------------|--|--|-------------------------------|---|---|---|--------------------|
| Totale markt | 6% | 12% | 10% | 17% | 19% | 6% | 8% | 21% |
| Huishoudelijke hulp zorgindicatie | 15% | 28% | 11% | 15% | 6% | 0% | 3% | 23% |
| Zorg aan huis | 18% | 19% | 15% | 20% | 9% | 1% | 1% | 17% |
| Schoonmaken van de woning | 3% | 9% | 9% | 16% | 23% | 7% | 10% | 22% |
| Onderhoud huis en tuin | 6% | 12% | 12% | 16% | 16% | 6% | 7% | 25% |
| Oppas/gastouder aan huis | 5% | 10% | 7% | 20% | 27% | 6% | 12% | 15% |
| Andere huishoudelijke werkzaamheden | 11% | 14% | 14% | 14% | 15% | 6% | 6% | 21% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Ook wanneer we kijken naar het opleidingsniveau van afnemers zien we een verschil tussen geïndiceerde en niet-geïndiceerde dienstverlening. Uit tabel 3.3 blijkt dat afnemers van niet-geïndiceerde dienstverlening veel vaker hoogopgeleid zijn dan

afnemers van geïndiceerde dienstverlening (44% versus 26%). Op deze laatste deelmarkten is het aandeel laagopgeleiden groter (33% versus 20%).

Tabel 3.3 Afnemers naar opleidingsniveau (N=1895)

| | Hoog | Midden | Laag |
|--|------------|------------|------------|
| Totale markt | 42% | 37% | 21% |
| Deelmarkt: huishoudelijke hulp zorgindicatie | 27% | 36% | 37% |
| Deelmarkt: zorg aan huis | 25% | 48% | 27% |
| Deelmarkt: schoonmaken van de woning | 45% | 36% | 20% |
| Deelmarkt: onderhoud huis en tuin | 41% | 36% | 23% |
| Deelmarkt: oppas/gastouder aan huis | 50% | 37% | 13% |
| Deelmarkt: andere huishoudelijke werkzaamheden | 37% | 40% | 24% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Tabel 3.4 presenteert tot slot de huishoudsamenstelling van afnemers van dienstverlening aan huis.

Tabel 3.4 Afnemers naar huishoudsamenstelling (N=1895)

| | Gehuwd met kinderen | Gehuwd zonder kinderen | Alleenstaand met kinderen | Alleenstaand | Woont met ouders | Anders |
|--|---------------------|------------------------|---------------------------|--------------|------------------|-----------|
| Totale markt | 33% | 33% | 6% | 21% | 4% | 2% |
| Deelmarkt: huishoudelijke hulp zorgindicatie | 25% | 32% | 6% | 30% | 3% | 4% |
| Deelmarkt: zorg aan huis | 23% | 28% | 15% | 32% | 2% | 1% |
| Deelmarkt: schoonmaken van de woning | 30% | 38% | 4% | 22% | 4% | 2% |
| Deelmarkt: onderhoud huis en tuin | 26% | 38% | 7% | 25% | 4% | 1% |
| Deelmarkt: oppas/gastouder aan huis | 72% | 0% | 11% | 0% | 0% | 2% |
| Deelmarkt: andere huishoudelijke werkzaamheden | 22% | 49% | 1% | 15% | 6% | 6% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

De tabel laat zien dat gehuwden en samenwonenden (met en zonder kinderen) en alleenstaanden zonder kinderen de grootste afnemers van dienstverlening aan huis vormen. Dat geldt voor vrijwel alle deelmarkten.

3.2 Waarom vragen vragers (niet): motieven voor de vraag

Redenen om uit te besteden

Wat zijn redenen voor afnemers om dienstverlening aan huis uit te besteden? Tabel 3.5 laat zien dat tijdgebrek en het er zelf niet toe in staat zijn de meest voorkomende motieven zijn om dienstverlening aan huis uit te besteden. Daarbij geldt dat tijdgebrek vaker als reden wordt genoemd naarmate het huishoudinkomen hoger is. Andersom geldt dat het argument dat men zelf niet in staat is de werkzaamheden uit te voeren aan belang wint naarmate het huishoudinkomen lager ligt.

Tabel 3.5 Redenen voor afnemers om dienstverlening uit te besteden (meerdere antwoorden mogelijk) (N=1895)

| | <i>Zelf niet toe in staat</i> | <i>Prijs: het is niet duur</i> | <i>Iemand anders kan het beter</i> | <i>Tijd- gebrek</i> | <i>Meer vrije tijd</i> | <i>Geen zin</i> | <i>Anders</i> |
|---|---------------------------------------|--|--|-------------------------|--------------------------------|---------------------|---------------|
| Totale markt | 34% | 8% | 18% | 39% | 10% | 15% | 8% |
| Deelmarkt: huishoudelijke hulp zorgindicatie | 76% | 8% | 6% | 12% | 3% | 6% | 5% |
| Deelmarkt: zorg aan huis | 78% | 8% | 13% | 9% | 3% | 3% | 9% |
| Deelmarkt: schoonmaken van de woning | 26% | 6% | 15% | 52% | 8% | 20% | 6% |
| Deelmarkt: onderhoud huis en tuin | 37% | 12% | 38% | 30% | 5% | 15% | 6% |
| Deelmarkt: oppas/gastouder aan huis | 13% | 9% | 7% | 36% | 34% | 5% | 17% |
| Deelmarkt: andere huishoudelijke werkzaamheden | 27% | 10% | 16% | 46% | 6% | 16% | 12% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Tabel 3.5 laat verder zien dat het argument van het er zelf niet toe in staat zijn veruit de belangrijkste reden voor het afnemen van geïndiceerde dienstverlening is. Tijdgebrek is de meest voorkomende reden voor het uitbesteden van niet-geïndiceerde dienstverlening. Uitzondering hierop vormt het onderhoud aan huis en tuin. Voor deze werkzaamheden is het feit dat iemand anders daarvoor over betere vaardigheden beschikt dan de personen uit het huishouden zelf de belangrijkste reden om dit uit te besteden.

Tijdgebrek en niet meer in staat zijn om de werkzaamheden zelf te verrichten zijn ook de meest genoemde redenen voor potentiële afnemers om te overwegen dienstverlening aan huis uit te besteden. Veelgenoemde argumenten zijn dat men zelf een dagje ouder wordt, waardoor werkzaamheden in en om het huis niet meer zo gemakkelijk zelf gedaan kunnen worden. Ook ziekte en arbeidsongeschiktheid kunnen een reden zijn om te overwegen dienstverlening aan huis uit te besteden. Daarnaast zijn het meer uren gaan werken en/of het krijgen van kinderen veelgenoemde motieven.

Redenen om niet (meer) uit te besteden

Naast redenen om wel uit te besteden, is het ook interessant om zicht te krijgen op mogelijke barrières die ertoe leiden dat huishoudens ervoor kiezen dienstverlening aan huis niet langer uit te besteden. We hebben huishoudens die hebben aangegeven in het afgelopen jaar of langer geleden te zijn gestopt (N=1468) met het uitbesteden van dienstverlening aan huis daarom gevraagd wat hiervan de redenen waren. Tabel 3.6 geeft hiervan een overzicht.

Tabel 3.6 Redenen om niet meer uit te besteden (N=1468) (meerdere antwoorden mogelijk)

| | % huishoudens |
|--|---------------|
| Niet meer nodig | 41% |
| De persoon/personen die u had stopte(n) ermee | 15% |
| Het werd me te duur | 42% |
| U heeft er slechte ervaringen mee | 6% |
| U kunt geen betrouwbare hulp meer vinden | 5% |
| De regelgeving is te ingewikkeld | 3% |
| U doet het liever zelf | 13% |
| U vindt het niet gepast om dit uit te besteden | 2% |
| Andere redenen | 4% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

De (te hoge) kosten voor het uitbesteden van dienstverlening aan huis zijn voor 42% van deze huishoudens reden geweest de werkzaamheden niet langer betaald uit te besteden. In 41% van de gevallen was uitbesteding niet meer nodig. De prijs in relatie tot de toegevoegde waarde die uitbesteding van persoonlijke dienstverlening huishoudens biedt (hoe 'nodig' is het?) vormt daarmee de voornaamste barrière voor uitbesteding.

Dat blijkt ook uit tabel 3.7. De tabel geeft weer onder welke voorwaarden huishoudens die nu en in de toekomst geen gebruik willen maken van dienstverlening aan huis wel tot het uitbesteden van deze werkzaamheden zouden overgaan.

Tabel 3.7 Onder welke voorwaarden zou u in de toekomst wel gebruik maken van dienstverlening aan huis? (N=806) (meerdere antwoorden mogelijk)

| | % huishoudens |
|--|---------------|
| Onder geen enkele voorwaarde | 45% |
| Als het goedkoper zou zijn | 27% |
| Als het gemakkelijker wordt om personen legaal in te huren | 7% |
| Als deze personen via een organisatie ingehuurd kan worden | 6% |
| Als de regelgeving versoepeld wordt | 3% |
| Als het toezicht op fraude versoepeld wordt | 2% |
| Als er meer aanbod is | 4% |
| Als de betrouwbaarheid gewaarborgd zou zijn | 12% |
| Andere voorwaarden | 18% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

De tabel laat zien dat 45% van deze huishoudens onder geen enkele voorwaarde tot uitbesteding over zou gaan. Voor hen weegt de toegevoegde waarde van (betaald) uitbesteden niet op tegen de kosten. Ruim een kwart van deze huishoudens zegt wel gebruik te willen maken van dienstverlening aan huis wanneer de prijs lager zou zijn. Opvallend is dat het aanbod van dienstverleners voor slechts 4% van deze huishoudens een voorwaarde is die uitbesteding van dienstverlening aan huis tegenhoudt. Dat kan erop wijzen dat een aanbodtekort van dienstverleners geen grote barrière is als het gaat om het uitbesteden van dienstverlening aan huis.

3.3 Uitbesteden en arbeidsparticipatie

Uit eerder onderzoek weten we dat de arbeidsmarktparticipatie van de volwassene(n) in het huishouden een belangrijke determinant is van de vraag naar bepaalde typen dienstverlening aan huis.¹⁷ We hebben huishoudens die overwegen dienstverlening in de toekomst uit te besteden met dit doel gevraagd wat hiervan het effect zou zijn op de arbeidsparticipatie van henzelf en/of hun partner. Hieruit blijkt dat 82% van de huishoudens verwacht dat het uitbesteden van dienstverlening aan huis (waarschijnlijk) geen effect zal hebben op het aantal uren dat door de volwassenen in het huishouden wordt gewerkt. 15% van de respondenten verwacht wel een effect: zij geven aan dat zij en/of hun partner in dit geval meer uren zullen gaan werken.

Daarnaast is het interessant te onderzoeken hoe dit verband de andere kant op werkt: als een huishouden besluit bepaalde werkzaamheden niet uit te besteden, wat betekent dat dan voor de arbeidsparticipatie? Van de huishoudens die in het afgelopen jaar of langer geleden gebruik hebben gemaakt van dienstverlening aan huis, maar dit nu niet meer doen, geeft 81% aan dat dit geen gevolgen heeft gehad voor het aantal uren dat wordt gewerkt. Voor 16% van deze huishoudens leidde het stopzetten van de dienstverlening er echter toe dat de respondent en/of zijn/haar partner minder uren zijn gaan werken. Onder gehuwden/samenwonenden met kinderen is dit effect het sterkst: van hen zegt 22% minder te zijn gaan werken nu de dienstverlening niet langer wordt uitbesteed.

¹⁷ P. van Nes e.a., *De markt voor persoonlijke dienstverlening*, SEOR 2004.

4 Organisatie van de dienstverlening

Dit hoofdstuk beschrijft de manier waarop afnemers de door hen gevraagde dienstverlening aan huis organiseren. We kijken in paragraaf 4.1 daarvoor eerst naar het proces van werving en selectie. In paragraaf 4.2 gaan we in op het aantal verschillende personen dat huishoudens voor de verschillende typen dienstverlening inhuren. In paragraaf 4.3 brengen we in kaart hoe vaak huishoudens de dienstverlening laten uitvoeren en voor hoeveel uur per week dit gebeurt. Paragraaf 4.4 beschrijft de rol van bemiddelende organisaties bij dienstverlening aan huis.

4.1 Werving en selectie

Werving

Uit eerder onderzoek weten we dat het voor huishoudens niet altijd even gemakkelijk is om een geschikte persoon te vinden aan wie werkzaamheden in en om het huis kunnen worden uitbesteed. Dit heeft in de eerste plaats te maken met vertrouwensproblemen.¹⁸ Omdat het hier gaat om werkzaamheden waarbij een buitenstaander de privé-sfeer van een huishouden binnentreedt, hebben veel huishoudens er moeite mee deze door 'zomaar' iemand te laten uitvoeren. Een zekere basis om de betreffende persoon te kunnen vertrouwen (betrouwbaarheid) is voor veel huishoudens een vereiste. Dat maakt het echter niet altijd gemakkelijk een geschikt persoon te vinden. Ook een tekort aan arbeidskrachten (aanbodtekort) of de ondoorzichtigheid (transparantie) van de markt kunnen hierbij een rol spelen.¹⁹

Het is daarom interessant te onderzoeken via welke kanalen huishoudens die al gebruik maken van dienstverlening aan huis hebben geprobeerd een geschikt persoon voor de uitvoering van de diensten te vinden. Tabel 4.1 geeft hiervan een overzicht.

Tabel 4.1 Gebuikte wervingskanalen (N=1895)

| <i>Wat heeft u gedaan om een geschikt persoon te vinden?</i> | <i>% huishoudens</i> |
|--|----------------------|
| Niets: bood zichzelf aan | 24% |
| Niets: werd aangeboden door familie/vrienden/kennissen/buren | 24% |
| Niets: werd aangeboden door een organisatie | 4% |
| Rondgevraagd bij familie/vrienden/kennissen/buren | 36% |
| Rondgevraagd bij verschillende organisaties | 3% |
| Een bemiddelingsbureau ingezet | 4% |
| Gereageerd op advertenties | 6% |
| Zelf een advertentie geplaatst | 4% |
| Op andere wijze | 5% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

We zien dat huishoudens die op zoek zijn naar een dienstverlener aan huis veruit het meest gebruik maken van zogenaamde 'warme' wervingskanalen: familie, vrienden, kennissen en bureaus blijken de meest gebruikte ingangen om een geschikt persoon te

¹⁸ E. de Ruijter & T. van der Lippe, *How trust problems explain household differences in domestic outsourcing in the Netherlands*, in: *Journal of Family Issues* 2009.

¹⁹ P. van Nes e.a., *De markt voor persoonlijke dienstverlening*, SEOR 2004.

vinden. Opvallend vaak ook bood de dienstverlener zichzelf aan. 'Koudere' wervingskanalen als de inzet van (bemiddelende) organisaties en advertenties worden aanzienlijk minder vaak gebruikt. Dit kan te maken hebben met bovenbeschreven behoefte aan betrouwbaarheid: iemand die door bekenden wordt aangeraden, is vaak gemakkelijker te vertrouwen dan iemand die gevoelsmatig verder weg staat.

Uit tabel 4.2 blijkt dat deze 'warme' wervingskanalen uiteindelijk ook het vaakst de daadwerkelijke 'match' opleveren.

Tabel 4.2 Meest effectieve wervingskanalen (N=1895)

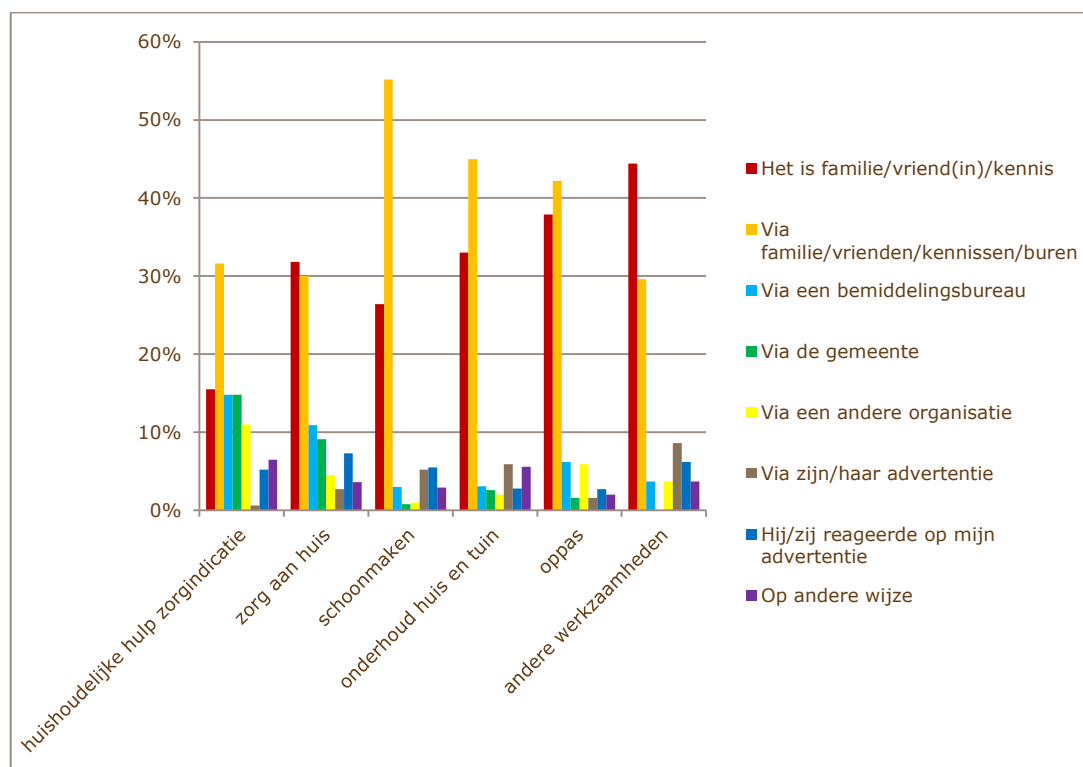
| Hoe heeft u uiteindelijk een geschikt persoon gevonden? | % huishoudens |
|---|---------------|
| Het is familie/vriend(in)/kennis | 30% |
| Via familie/vrienden/kennissen/buren | 47% |
| Via een bemiddelingsbureau | 5% |
| Via de gemeente | 3% |
| Via een andere organisatie | 3% |
| Via zijn/haar advertentie | 5% |
| Hij/zij reageerde op mijn advertentie | 5% |
| Op andere wijze | 4% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

In ruim driekwart van de gevallen is de dienstverlener gevonden via familie, vrienden, kennissen of burens, of is de dienstverlener een bekende.

Wanneer we dieper inzoomen op de verschillende deelmarkten voor dienstverlening aan huis, zien we rondom de werving wel verschillen tussen de deelmarkten voor geïndiceerde dienstverlening (huishoudelijke hulp vanwege een zorgindicatie en zorg aan huis) en de deelmarkten voor niet-geïndiceerde dienstverlening. Figuur 4.1 laat zien dat de rol van 'warme' wervingskanalen op deze laatste deelmarkten aanzienlijk groter is bij het realiseren van een match dan op de deelmarkten voor geïndiceerde dienstverlening. Voor het vinden van een persoon die geïndiceerde dienstverlening kan uitvoeren is blijken bemiddelingsbureaus, de gemeente en andere organisaties juist relatief belangrijk.

Figuur 4.1 Hoe heeft u een geschikt persoon gevonden? (N=1895)



Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Selectie

Welke factoren zijn nu van invloed op het selectieproces van een dienstverlener? Tabel 4.3 laat zien dat betrouwbaarheid hierbij voor veel huishoudens het belangrijkste criterium is.

Tabel 4.3 Selectiecriteria (N=1860)

| Wat was voor u de belangrijkste reden om deze dienstverlener aan te nemen? | % huishoudens |
|--|---------------|
| Persoonlijke klik | 23% |
| Betrouwbaarheid | 42% |
| Goede referenties | 12% |
| De kwaliteit van zijn/haar werk | 12% |
| De prijs: hij/zij is niet duur | 4% |
| Er was niemand anders beschikbaar | 3% |
| Anders | 3% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

De betrouwbaarheid van de persoon die de diensten uitvoert, blijkt voor 42% van de huishoudens het belangrijkste selectiecriteria. Hieraan gerelateerd worden ook de persoonlijke klik en goede referenties door een relatief groot aantal huishoudens genoemd. Opvallend is dat beschikbaarheid voor slechts 3% van de huishoudens van doorslaggevend belang was in het selectieproces. Dat kan twee dingen betekenen: ofwel zijn huishoudens niet geneigd 'zomaar' elke beschikbare persoon aan te nemen (en doen ze de werkzaamheden dan bijvoorbeeld liever zelf wanneer zij geen geschikt

persoon kunnen vinden), ofwel valt het met het bovengenoemde aanbodtekort en markt-intransparantie wel mee en zijn er voldoende dienstverleners beschikbaar en vindbaar.

Voor bijna de helft van de huishoudens lijkt dit laatste het geval te zijn. Gevraagd naar hoe moeilijk of makkelijk het was om een geschikt persoon te vinden, geeft 45% van de huishoudens aan dat dit (heel) gemakkelijk was (zie tabel 4.4). Een vijfde van de huishoudens ondervond wel problemen en vond dit (heel) moeilijk.

Tabel 4.4 Hoe makkelijk of moeilijk was het om een geschikte dienstverlener te vinden? (N=1895)

| | <i>heel</i> | | | | <i>heel</i> <i>weet</i> | |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|-------------------------|------------------|
| | <i>moeilijk</i> | <i>moeilijk</i> | <i>neutraal</i> | <i>makkelijk</i> | <i>makkelijk</i> | <i>niet meer</i> |
| Totale markt | 3% | 16% | 34% | 29% | 16% | 3% |
| Deelmarkt: huishoudelijke hulp zorgindicatie | 5% | 17% | 42% | 23% | 7% | 7% |
| Deelmarkt: zorg aan huis | 3% | 19% | 37% | 24% | 15% | 3% |
| Deelmarkt: schoonmaken van de woning | 3% | 18% | 34% | 29% | 14% | 2% |
| Deelmarkt: onderhoud huis en tuin | 3% | 11% | 32% | 32% | 19% | 3% |
| Deelmarkt: oppas/gastouder aan huis | 2% | 13% | 33% | 29% | 22% | 1% |
| Deelmarkt: andere huishoudelijke werkzaamheden | 4% | 12% | 19% | 27% | 33% | 5% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Overigens blijkt dat beperkte beschikbaarheid van dienstverleners op de deelmarkten voor geïndiceerde dienstverlening vaker de belangrijkste reden is om een dienstverlener aan te nemen dan op de deelmarkten voor niet-geïndiceerde dienstverlening. Voor 9% van de huishoudens die gebruik maken van geïndiceerde dienstverlening was het feit dat er niemand anders beschikbaar was het doorslaggevende argument om de betreffende persoon aan te nemen. Onder huishoudens die niet-geïndiceerde dienstverlening uitbesteden was dit maar voor 2% het geval. Het onderzoek wijst er echter niet op dat deze deelmarkten daarmee minder transparanter zijn dan de andere markten of dat huishoudens hier grotere aanbodtekorten ervaren: het vinden van een geschikt persoon wordt op deze deelmarkten nauwelijks als moeilijker of minder makkelijk ervaren dan op de andere deelmarkten voor dienstverlening aan huis, zo blijkt uit tabel 4.4.²⁰ Wel speelt hier mogelijk een rol dat de 'nood' op deze deelmarkten vaak groter is dan op de deelmarkten voor niet-geïndiceerde dienstverlening: het feit dat men over een zorgindicatie beschikt, zegt vaak al dat er geen alternatieven voor het uitbesteden van deze dienstverlening zijn. Huishoudens zien zich daardoor mogelijk eerder genoodzaakt 'genoegen' te nemen met dienstverleners die snel beschikbaar zijn.

4.2 De rol van bemiddelaars

Wijze van inhuur

Dienstverlening aan huis kan rechtstreeks worden ingehuurd of via een bemiddelende organisatie. Tabel 4.5 geeft voor elke deelmarkt weer welk aandeel huishoudens gebruik maakt van een bemiddelingsbureau.

²⁰ Dat houdt mogelijk verband met de grotere rol van bemiddelingsbureaus op deze deelmarkten (zie: paragraaf 4.2).

Tabel 4.5 Wijze van inhuur

| | Via een bemiddelingsbureau | Rechtstreeks | Weet niet |
|--|----------------------------|--------------|-----------|
| Totale markt | 10% | 83% | 7% |
| Deelmarkt: Schoonmaken van de woning | 4% | 93% | 4% |
| Deelmarkt: Oppas/gastouder aan huis | 15% | 80% | 6% |
| Deelmarkt: Onderhoud aan huis en tuin | 8% | 83% | 8% |
| Deelmarkt: Huishoudelijke hulp zorgindicatie | 36% | 43% | 20% |
| Deelmarkt: Zorg aan huis | 28% | 64% | 9% |
| Deelmarkt: Andere huishoudelijke werkzaamheden | 5% | 80% | 15% |

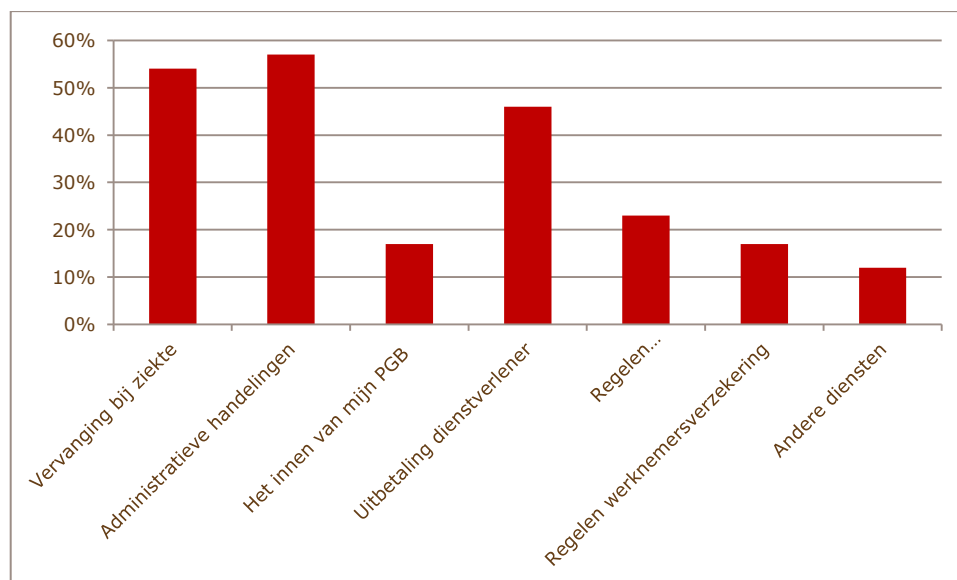
Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

We zien dat de rol van bemiddelingsbureaus veruit het grootst is op de deelmarkten voor geïndiceerde dienstverlening. Huishoudens met een zorgindicatie maken aanzienlijk vaker gebruik van een bemiddelingsbureau dan huishoudens die niet-geïndiceerde dienstverlening uitbesteden. De deelmarkt voor oppas/gastouder aan huis vormt hierop tot op zekere hoogte een uitzondering. Dit komt omdat gastouders vrijwel altijd via een gastouderbureau worden ingehuurd om voor kinderopvangtoeslag in aanmerking te komen.

Diensten van bemiddelaars

Welke diensten leveren deze bemiddelaars zoal? Figuur 4.2 geeft voor de deelmarkten voor geïndiceerde dienstverlening een overzicht van de diensten die zij volgens huishoudens die deze dienstverlening bij hen afnemen leveren.

Figuur 4.2 Welke diensten levert het bemiddelingsbureau op de deelmarkten voor geïndiceerde dienstverlening? (N=93)



Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

In meer dan de helft (57%) van de gevallen waarin op de deelmarkt voor geïndiceerde dienstverlening gebruik wordt gemaakt van een bemiddelingsbureau verzorgt het

bemiddelingsbureau de administratieve handelingen rondom de dienstverlening. Hierbij moet worden gedacht aan zaken als het bijhouden van een salarisadministratie en het verstrekken van een jaaropgaaf aan de dienstverlener. Ook regelt het bemiddelingsbureau relatief vaak vervanging bij ziekte (in 54% van de gevallen) en draagt zorg voor de uitbetaling van de dienstverlener (in 46% van de gevallen).

Financieringswijze

Als het gaat om de deelmarkten voor geïndiceerde dienstverlening, draagt in 86% van de gevallen het huishouden zelf de kosten voor de geleverde diensten van het bemiddelingsbureau. 14% van de huishoudens zegt niets zelf te betalen.

Tabel 4.6 Hoe betaalt u het bemiddelingsbureau? (N=93)

| <i>Financieringswijze</i> | <i>% huishoudens</i> |
|---------------------------------------|----------------------|
| U betaalt zelf niets | 14% |
| U heeft eenmalig een bijdrage betaald | 23% |
| U betaalt een vast bedrag per maand | 38% |
| U betaalt een vast bedrag per uur | 17% |
| Op een andere wijze | 6% |
| Weet ik niet | 3% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

De meest voorkomende wijze van financiering van het bemiddelingsbureau is die van de vaste maandelijkse bijdrage. Dit gebeurt in 38% van de gevallen. Alternatieven zijn de eenmalige bijdrage (23%) en het betalen van een vast bedrag per uur (17%).

4.3 Aantal dienstverleners

Door hoeveel verschillende personen laten huishoudens één soort dienstverlening uitvoeren? Gezien het bovengenoemde belang van een vertrouwensbasis en een persoonlijke klik ligt het voor de hand dat huishoudens hiervoor bij voorkeur één of slechts enkele dienstverleners inhuren. Tabel 4.7 laat echter zien dat dit per deelmarkt sterk verschilt.

Tabel 4.7 Aantal verschillende dienstverleners dat huishoudens per soort dienstverlening inhuren (N=1860)

| | 1 persoon | 2 personen | 3 personen | 4 of meer | Weet niet |
|--|--------------|---------------|---------------|--------------|--------------|
| Totale markt | 78% | 18% | 2% | 1% | 1% |
| Deelmarkt: huishoudelijke hulp zorgindicatie | 73% | 22% | 5% | 1% | 0% |
| Deelmarkt: zorg aan huis | 69% | 20% | 5% | 5% | 2% |
| Deelmarkt: schoonmaken van de woning | 94% | 5% | 1% | 1% | 0% |
| Deelmarkt: onderhoud huis en tuin | 59% | 35% | 4% | 1% | 1% |
| Deelmarkt: oppas/gastouder aan huis | 59% | 35% | 3% | 2% | 1% |
| Deelmarkt: andere huishoudelijke werkzaamheden | 78% | 14% | 6% | 0% | 3% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Het schoonmaken van de woning gebeurt doorgaans door één persoon. Op alle overige deelmarkten is het laten uitvoeren van de dienstverlening door twee of meer personen geen uitzondering.

4.4 Frequentie en omvang van de dienstverlening

Frequentie

Veel huishoudens maken wekelijks (46%) of tweewekelijks (32%) gebruik van dienstverlening aan huis. We zien hierin echter grote verschillen tussen de verschillende deelmarkten voor dienstverlening aan huis. Geïndiceerde dienstverlening wordt doorgaans dagelijks of enkele keren per week uitgevoerd. Onderhoud aan huis en tuin wordt juist veel minder frequent uitgevoerd: het merendeel van de huishoudens laat dit maandelijks of minder vaak doen.

Tabel 4.8 Frequentie van de dienstverlening (N=1895)

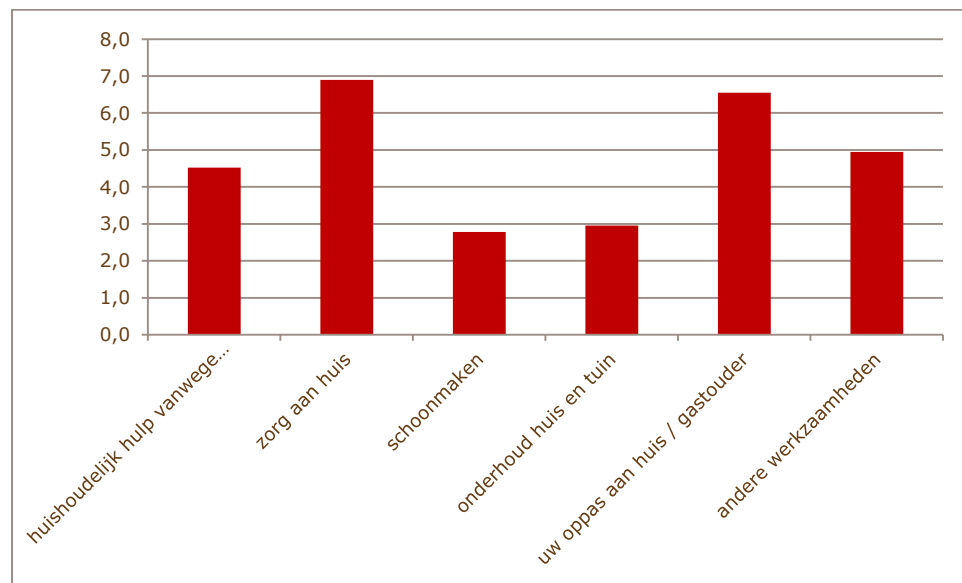
| | Dage- lijks | 1 of meer keer per week | Twee- wekelijks | Maande- lijks | Minder vaak |
|--|----------------|----------------------------|--------------------|------------------|----------------|
| Totale markt | 3% | 46% | 32% | 13% | 7% |
| Deelmarkt: huishoudelijke hulp zorgindicatie | 3% | 70% | 24% | 2% | 1% |
| Deelmarkt: zorg aan huis | 17% | 67% | 12% | 2% | 2% |
| Deelmarkt: schoonmaken van de woning | 1% | 47% | 43% | 8% | 1% |
| Deelmarkt: onderhoud huis en tuin | 1% | 27% | 22% | 24% | 26% |
| Deelmarkt: oppas/gastouder aan huis | 3% | 44% | 24% | 20% | 9% |
| Deelmarkt: andere werkzaamheden | 11% | 53% | 17% | 17% | 1% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Omvang

Gemiddeld wordt door huishoudens die gebruik maken van dienstverlening aan huis 4 uur per week afgenomen. Zorg aan huis en oppaswerk is het meest tijdsintensief: dit wordt gemiddeld voor 7 uur per week uitbesteed. Het schoonmaken van de woning kost het minste aantal uren per week: het gaat hier gemiddeld om een kleine 3 uur per huishouden.

Figuur 4.3 Gemiddeld gebruik in uren per week (N=1739)



Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

5 Kosten en financiering van de dienstverlening

Dit hoofdstuk beschrijft de kosten en financiering van dienstverlening aan huis. In paragraaf 5.1 gaan we met dat doel eerst in op de prijs van de verschillende soorten dienstverlening. Ook beschrijven we de manier waarop deze prijs tot stand komt. De manier waarop de dienstverlening gefinancierd wordt, komt aan de orde in paragraaf 5.2.

5.1 Prijs van de dienstverlening

Prijs

Het uitbesteden van dienstverlening aan huis kost gemiddeld € 9,60 per uur. Dit bedrag is inclusief de bijdragen van derden, zoals de overheid.

Daarbij moet worden opgemerkt dat het de vraag is in hoeverre alle huishoudens die gebruik maken van geïndiceerde dienstverlening goed zicht hebben op de hoogte van deze bijdragen van derden. De enquête laat zien dat dit lang niet altijd het geval is. Ruim een kwart van de huishoudens die een overheidsbijdrage ontvangen voor geïndiceerde dienstverlening geeft aan niet te weten welk deel van het uurloon door henzelf wordt betaald en welk deel voor rekening komt van de overheid. Dit is opvallend, omdat het huishouden formeel de werkgever van de dienstverlener is en er daarmee voor verantwoordelijk is dat de dienstverlener een redelijk (minimum)loon voor zijn of haar werkzaamheden ontvangt. Een uitsplitsing naar deelmarkten, zoals gepresenteerd in tabel 5.1, illustreert dit gebrek aan kennis echter. Uit gemeentelijke bestekken en de interviews die we voor dit onderzoek hebben gedaan kunnen we afleiden dat het gemiddelde uurloon voor een alfahulp tussen de 12 en 15 euro ligt. Dat is aanmerkelijk hoger dan het in de tabel genoemde bedrag van € 8,50. Hetzelfde geldt voor de uurprijs voor zorg aan huis van € 9,50. Het betreft hier dus een onderschatting. Deze wordt waarschijnlijk veroorzaakt doordat (een deel van) deze huishoudens alleen de prijs die zij zelf voor de dienstverlening betalen hebben ingevuld, en daarbij de overheidsbijdrage buiten beschouwing hebben gelaten.

Tabel 5.1 Gemiddelde prijs per uur die huishoudens betalen voor verschillende typen dienstverlening (N=1168)

| | <i>Gemiddelde prijs per uur</i> |
|---|---------------------------------|
| Huishoudelijke hulp vanwege een zorgindicatie | € 8,50 |
| Zorg aan huis | € 9,50 |
| Schoonmaken van de woning ²¹ | € 10,50 |
| Onderhoud huis of tuin | € 10,30 |
| Oppas/gastouder aan huis | € 5,90 |
| Andere huishoudelijke werkzaamheden | € 8,90 |
| Totale markt | € 9,60 |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

²¹ Bijlage 3 geeft spreidingsgrafieken van de prijzen per uur die schoonmakers en oppassen/gastouders volgens de inleners ontvangen.

Mogelijk geldt dit deels ook voor de prijs van gastouders aan huis. Uitsplitsing van de groep oppassen en gastouders²² laat zien dat de gemiddelde prijs per uur voor gastouders € 5,10 per uur bedraagt, en die voor oppas aan huis € 6,36. De prijs voor oppas aan huis komt overeen met de bevindingen uit de interviews: de geïnterviewde oppassen geven aan tussen de 3 en 10 euro per uur te verdienen (zie ook paragraaf 11.4). Voor gastouders is er waarschijnlijk sprake van een onderschatting. Waarschijnlijk hebben veel huishoudens de prijs per kind weergegeven in plaats van de prijs per uur. Dit is opvallend, omdat het huishouden formeel de werkgever van de gastouder die in het eigen huishouden is en daarmee dus ook verantwoordelijk voor het loon dat deze krijgt uitbetaald. Daarbij geldt dat huishoudens die gebruik maken van een geregistreerde gastouder hiervoor vaak kinderopvangtoeslag kunnen aanvragen. Waarschijnlijk is deze kinderopvangtoeslag door veel huishoudens van de genoemde uurprijs afgetrokken en hebben deze huishoudens, gevraagd naar de prijs per uur voor deze vorm van dienstverlening aan huis wordt betaald, alleen het deel dat zij zelf betalen genoemd. Dit draagt verder bij aan de onderschatting van de uurprijs voor gastouderopvang.

Totstandkoming Prijs

De prijs voor de dienstverlening wordt vaak bepaald door de salariseisen van de dienstverlener zelf, zo blijkt uit tabel 5.2. In 39% van de gevallen was het bedrag dat de dienstverlener voor de diensten vroeg leidend voor het bepalen van de prijs. In ruim een kwart van de gevallen was het juist het aanbod van de afnemer dat de prijs bepaalde, en in nog eens 20% van de gevallen is hierover onderhandeld. Daarmee is het in het overgrote merendeel van de gevallen vooral de markt zelf die de prijs bepaalt.

Tabel 5.2 Totstandkoming prijs (N=1808)

| <i>Hoe is de prijs per uur tot stand gekomen?</i> | <i>% huishoudens</i> |
|---|----------------------|
| Dit is wat hij/zij ervoor vroeg | 39% |
| Dit is wat de organisatie waarvoor hij/zij werkt ervoor vroeg | 7% |
| We hebben er over onderhandeld | 20% |
| Dit is wat ik heb aangeboden | 27% |
| Dit is het wettelijk minimumloon | 2% |
| Anders | 5% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Uitzondering hierop vormen de deelmarkten voor geïndiceerde dienstverlening. Als het gaat om huishoudelijke hulp met een zorgindicatie en zorg aan huis is het vaak (in 29% van de gevallen) de bemiddelende organisatie die de prijs voor de dienstverlening bepaalt.

5.2 Financiering: wie betaalt?

Totale markt

Het merendeel van de huishoudens betaalt de gevraagde dienstverlening helemaal zelf. Onderstaande tabel presenteert de wijze waarop huishoudens hun dienstverlening financieren.

²² Waarbij moet worden opgemerkt dat het aantal huishoudens dat gebruik maakt van een gastouder in de steekproef erg klein is (N=53).

Tabel 5.3 Wijze van financiering (N=1808)

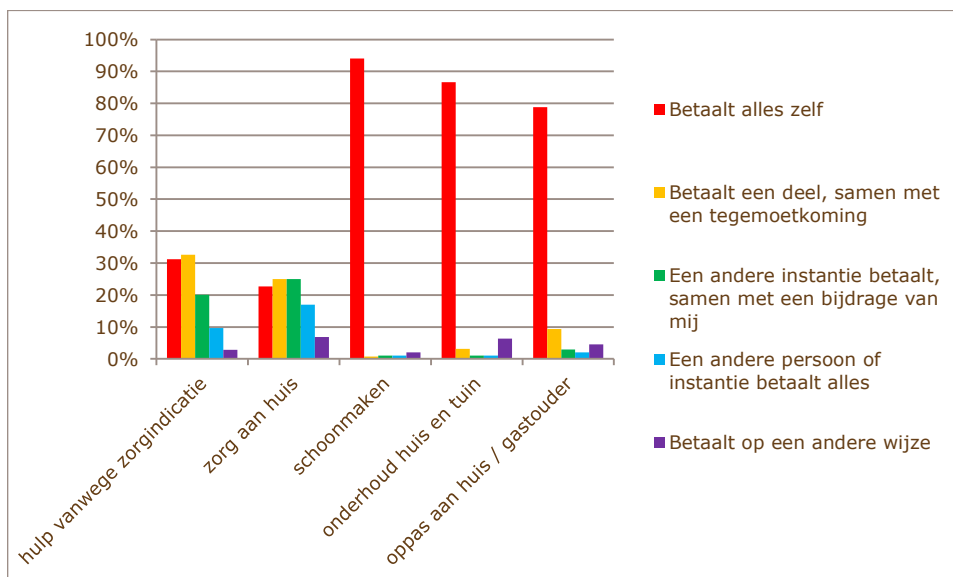
| Wie betaalt de dienstverlening? | % huishoudens |
|---|---------------|
| Het huishouden betaalt alles zelf | 82% |
| Het huishouden betaalt een deel, en krijgt een tegemoetkoming | 6% |
| Een andere instantie betaalt, het huishouden betaalt een eigen bijdrage | 4% |
| Een andere persoon of instantie betaalt alles | 3% |
| Anders | 4% |
| Weet niet | 2% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Deelmarkten

Figuur 5.1 laat zien dat zich grote verschillen voordoen in de financieringswijze van geïndiceerde en niet-geïndiceerde dienstverlening. Waar niet-geïndiceerde dienstverlening (met als uitzondering de kinderopvangtoeslag die wordt ontvangen voor gastouderopvang) vrijwel uitsluitend door huishoudens zelf wordt betaald, wordt geïndiceerde dienstverlening vaak betaald door het huishouden en een (overheids)instantie samen. Het gaat hier vrijwel altijd om een persoonsgebonden budget (PGB), gemeentelijke bijdrage of tegemoetkoming vanuit de AWBZ die wordt verstrekt door de gemeente, het CIZ of het zorgkantoor. Het huishouden zelf betaalt daarbij vaak de helft of minder dan de helft van het uurloon. Het restant wordt betaald vanuit de WMO of AWBZ. Zoals al uit paragraaf 5.1 bleek, heeft lang niet elk huishouden een beeld bij de manier waarop de financiering van de dienstverlening verdeeld is: ruim een kwart van de huishoudens die een overheidsbijdrage ontvangen voor geïndiceerde dienstverlening geeft aan niet te weten welk deel van het uurloon door henzelf wordt betaald en welk deel voor rekening komt van de overheid.

Figuur 5.1 Wijze van financiering naar deelmarkt



Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Opvallend is ook dat figuur 5.1 laat zien dat er ook een groep is die geïndiceerde diensten afneemt en toch zegt alles zelf te betalen. Voor een deel kan dit te maken hebben met de hoogte van het inkomen: ruim een kwart van deze groep heeft een bovenmodaal inkomen, terwijl nog eens 23% niet wil zeggen hoe hoog het inkomen is. Hoe het resterende deel te verklaren is, is op basis van de resultaten van het onderzoek niet te zeggen.

6 Wet- en regelgeving

Dit hoofdstuk beschrijft kennis, houding en gedrag van afnemers ten aanzien van wet- en regelgeving rondom dienstverlening aan huis. Dit hoofdstuk betreft alleen huishoudens die vallen onder de Regeling Dienstverlening aan Huis (smalle definitie). Hun kennis van deze wet- en regelgeving is beschreven in paragraaf 6.1. Paragraaf 6.2 gaat in op de houding van afnemers ten aanzien van wet- en regelgeving. De mate waarin deze wet- en regelgeving door deze afnemers ook daadwerkelijk wordt toegepast, wordt uiteengezet in paragraaf 6.3.

6.1 Kennis: bekendheid met wet- en regelgeving

Gepercipieerde kennis

Ruim twee derde van de huishoudens die dienstverlening aan huis afneemt zegt in het geheel niet bekend te zijn met de geldende wet- en regelgeving rondom het inhuren van dienstverlening aan huis. Slechts 11% van de huishoudens is hier naar eigen zeggen (heel) goed mee bekend. Dat blijkt uit onderstaande tabel.

Tabel 6.1 Hoe goed bent u bekend met wet- en regelgeving rondom dienstverlening aan huis? (N=1808)

| | <i>Heel goed</i> | <i>Goed</i> | <i>Redelijk</i> | <i>Enigszins</i> | <i>Niet</i> |
|--|------------------|-------------|-----------------|------------------|-------------|
| Totale markt | 2% | 9% | 13% | 6% | 71% |
| Deelmarkt: huishoudelijke hulp zorgindicatie | 4% | 14% | 19% | 10% | 54% |
| Deelmarkt: zorg aan huis | 1% | 21% | 24% | 7% | 48% |
| Deelmarkt: schoonmaken van de woning | 1% | 6% | 11% | 5% | 77% |
| Deelmarkt: onderhoud huis en tuin | 1% | 7% | 14% | 5% | 72% |
| Deelmarkt: oppas/gastouder aan huis | 3% | 11% | 8% | 5% | 73% |
| Deelmarkt: andere huishoudelijke werkzaamheden | 2% | 9% | 13% | 6% | 71% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Opvallend is het verschil in gepercipieerde kennis van wet- en regelgeving tussen de deelmarkten voor geïndiceerde en niet-geïndiceerde dienstverlening. Op de deelmarkten voor geïndiceerde dienstverlening is deze gepercipieerde kennis aanzienlijk groter dan op de deelmarkten voor niet-geïndiceerde dienstverlening. Ruim de helft van de huishoudens die geïndiceerde dienstverlening afnemen zegt op zijn minst enigszins bekend te zijn met de geldende wet- en regelgeving. Onder huishoudens die gebruik maken van niet-geïndiceerde dienstverlening is dit aandeel slechts 26%.

Aan huishoudens die aangeven bekend te zijn met de wet- en regelgeving op de hoogte te zijn, is vervolgens gevraagd of zij denken dat deze wet- en regelgeving op hen van toepassing is. Onderstaande tabel presenteert de uitkomsten.

Tabel 6.2 Denkt u dat deze wet- en regelgeving op uw situatie van toepassing is? (N=523)

| | <i>Ja</i> | <i>Nee</i> | <i>Weet niet</i> |
|--|------------|------------|------------------|
| Totale markt | 33% | 45% | 23% |
| Deelmarkt: huishoudelijke hulp zorgindicatie | 49% | 21% | 30% |
| Deelmarkt: zorg aan huis | 54% | 22% | 24% |
| Deelmarkt: schoonmaken van de woning | 28% | 54% | 18% |
| Deelmarkt: onderhoud huis en tuin | 26% | 50% | 24% |
| Deelmarkt: oppas/gastouder aan huis | 28% | 49% | 23% |
| Deelmarkt: andere huishoudelijke werkzaamheden | 41% | 29% | 29% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Huishoudens die geïndiceerde dienstverlening afnemen denken aanzienlijk vaker dat deze wet- en regelgeving op hun situatie van toepassing is, zo blijkt uit de tabel. Opvallend is dat het aandeel huishoudens dat aangeeft niet te weten of de regelgeving voor hen van toepassing is op dit type deelmarkt eveneens bovengemiddeld is. Huishoudens die opereren op de deelmarkten voor niet-geïndiceerde dienstverlening zijn vaker (in 51% van de gevallen) van mening dat de wet- en regelgeving in hun situatie niet geldt. Opvallend vaak wordt hierbij als reden genoemd dat het zwart werk betreft, dat er met de dienstverlener andere afspraken zijn gemaakt, dat de regelgeving niet geldt voor dit type werk of dat het aantal uren dat wordt gewerkt te laag is en/of dat het maar gaat om een klein bedrag. Daarbij geldt dat de regelgeving in werkelijkheid wél op deze (en alle andere huishoudens die deze vraag hebben beantwoord) van toepassing is.

Feitelijke kennis

De kennis die huishoudens denken te hebben van wet- en regelgeving, komt niet noodzakelijkerwijs overeen met het feitelijke kennisniveau. Om de feitelijke kennis van wet- en regelgeving van huishoudens die vallen onder de Regeling Dienstverlening aan Huis te onderzoeken, is deze huishoudens gevraagd te reageren op een aantal stellingen. De reacties op deze stellingen zijn in onderstaande tabel weergegeven. De groen gearceerde cellen geven de 'goede' antwoorden weer volgens de voorwaarden die onder de Regeling Dienstverlening aan Huis van toepassing zijn.

Tabel 6.3 Vallen onderstaande voorwaarden volgens u wel of niet onder de wet- en regelgeving rondom dienstverlening aan huis? (N=1808)

| | Wel | Niet | Weet niet |
|--|-----|------|-----------|
| Uw hulp moet zelf aangifte voor de belastingen doen | 47% | 15% | 38% |
| Bij opzeggen moet toestemming worden gevraagd aan uitkeringsinstantie UWV of kantonrechter | 12% | 43% | 45% |
| Het uurloon moet hoger of gelijk zijn aan het wettelijke minimumloon | 41% | 18% | 40% |
| Bij het uitbetalen moet u belastingen en premies inhouden | 20% | 37% | 43% |
| De arbeidsovereenkomst moet op schrift staan | 31% | 28% | 41% |
| U moet een betalingsadministratie bijhouden | 32% | 28% | 41% |
| Er is een opzegtermijn van minimaal 1 maand | 27% | 29% | 44% |
| Het uurloon moet hoger of gelijk zijn aan het geldende cao-loon | 28% | 26% | 46% |
| Uw hulp heeft recht op een aantal betaalde vakantiedagen | 25% | 30% | 45% |
| Bij ziekte van de hulp moet het loon worden doorbetaald | 24% | 33% | 43% |
| U moet een vakantietoeslag uitbetalen | 20% | 36% | 45% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

De tabel laat zien dat de voorwaarde die het best bekend is, betrekking heeft op de plichten van de dienstverlener: bijna de helft van de huishoudens die gebruik maken van dienstverlening aan huis weet dat de dienstverlener verplicht is het inkomen zelf bij de belasting op te geven. Met hun eigen plichten zijn huishoudens vaak aanzienlijk minder goed bekend. Dit geldt vooral voor de secundaire arbeidsvoorwaarden die zij hun dienstverlener moeten bieden: nog geen derde van de huishoudens is hiervan op de hoogte.

Om de feitelijke kennisniveau nader te kunnen beoordelen, hebben we de huishoudens die vallen onder de Regeling Dienstverlening aan Huis ingedeeld naar het aantal goede antwoorden op bovenstaande vraag. Onderstaande tabel geeft hiervan een overzicht.

Tabel 6.4 Feitelijk kennisniveau (N=1808)

| | Zeer slecht (0-1 goed) | Slecht (2-4 goed) | Redelijk (5-7 goed) | Goed (8-11 goed) |
|--|---------------------------|----------------------|------------------------|---------------------|
| Totale markt | 32% | 23% | 40% | 5% |
| Deelmarkt: huishoudelijke hulp zorgindicatie | 32% | 30% | 34% | 4% |
| Deelmarkt: zorg aan huis | 17% | 42% | 39% | 2% |
| Deelmarkt: schoonmaken van de woning | 35% | 21% | 39% | 5% |
| Deelmarkt: onderhoud huis en tuin | 30% | 21% | 45% | 5% |
| Deelmarkt: oppas/gastouder aan huis | 31% | 22% | 43% | 5% |
| Deelmarkt: andere huishoudelijke werkzaamheden | 42% | 22% | 33% | 3% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Het eerste dat opvalt is dat het kennisniveau ten aanzien van wet- en regelgeving onder meer dan de helft (55%) van de huishoudens slecht of zeer slecht is. Slechts 5% van de huishoudens beschikt over een goede kennis van wet- en regelgeving.

Wanneer we kijken naar de verschillende deelmarkten, zien we dat het kennisniveau van huishoudens die gebruik maken van geïndiceerde dienstverlening niet groter is dan dat van huishoudens die opereren op de deelmarkten voor niet-geïndiceerde dienstverlening. In tegendeel: huishoudens die geïndiceerde dienstverlening afnemen, scoren zelfs iets minder vaak redelijk of goed dan huishoudens die gebruik maken van niet-geïndiceerde dienstverlening. Dit is opvallend, omdat uit de vorige subparagraaf bleek dat deze eerste categorie huishoudens zelf denkt meer kennis van wet- en regelgeving te hebben dan huishoudens uit de laatste categorie.

Gepercipieerde versus feitelijke kennis

Er lijkt hier dus een discrepantie te bestaan tussen het gepercipieerde en het feitelijke kennisniveau. We zien dit deels terug wanneer we bovenstaande scores op feitelijke kennis van huishoudens kruisen met hun gepercipieerde kennisniveau. Onderstaande tabel geeft hiervan een overzicht.

Tabel 6.5 Kruistabel feitelijke en gepercipieerde kennis

| | | Gepercipieerd kennisniveau | | | |
|------------------------|--------------------|----------------------------|-------------|-----------------|------------------|
| | | <i>Heel goed</i> | <i>Goed</i> | <i>Redelijk</i> | <i>Enigszins</i> |
| Feitelijk kennisniveau | <i>Zeer slecht</i> | 9% | 7% | 17% | 18% |
| | <i>Slecht</i> | 11% | 24% | 25% | 28% |
| | <i>Redelijk</i> | 74% | 61% | 50% | 49% |
| | <i>Goed</i> | 6% | 8% | 8% | 5% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

De tabel laat zien dat een goed feitelijke kennisniveau nauwelijks samenhangt met het gepercipieerde kennisniveau. Anders gezegd: huishoudens die zelf denken een heel goede kennis van de wet- en regelgeving hebben, scoren nauwelijks anders op de feitelijke kennisvragen dan huishoudens die denken een redelijke of zelfs matige kennis van wet- en regelgeving te hebben. Anderzijds lijkt een zeer slecht kennisniveau wel enige samenhang te vertonen met het gepercipieerde kennisniveau. Dat wil zeggen dat naarmate het gepercipieerde kennisniveau lager is, huishoudens vaker een zeer slecht feitelijke kennisniveau hebben.

6.2 Houding: belang van wet- en regelgeving

Naast het kennisniveau ten aanzien van wet- en regelgeving, is het ook interessant na te gaan hoe huishoudens zich ten opzichte van wet- en regelgeving verhouden. Aan huishoudens die hebben aangegeven bekend te zijn met wet- en regelgeving rondom dienstverlening aan huis is daarom gevraagd hoe belangrijk zij het vinden om aan deze wet- en regelgeving te voldoen. Tabel 6.6 geeft hiervan een overzicht.

Tabel 6.6 Hoe belangrijk vindt u het om aan wet- en regelgeving te voldoen? (N=523)

| | <i>Heel belangrijk</i> | <i>Belangrijk</i> | <i>Neutraal</i> | <i>Niet belangrijk</i> | <i>Heel onbelangrijk</i> |
|--|------------------------|-------------------|-----------------|------------------------|--------------------------|
| Totale markt | 11% | 35% | 42% | 8% | 4% |
| Deelmarkt: huishoudelijke hulp zorgindicatie | 17% | 53% | 26% | 5% | 0% |
| Deelmarkt: zorg aan huis | 11% | 63% | 24% | 0% | 2% |
| Deelmarkt: schoonmaken van de woning | 7% | 30% | 46% | 11% | 5% |
| Deelmarkt: onderhoud huis en tuin | 15% | 25% | 50% | 8% | 3% |
| Deelmarkt: oppas/gastouder aan huis | 12% | 33% | 44% | 7% | 4% |
| Deelmarkt: andere huishoudelijke werkzaamheden | 18% | 12% | 59% | 6% | 6% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Minder dan de helft van de huishoudens geeft aan het belangrijk of heel belangrijk te vinden om aan de geldende regelgeving te voldoen. Daarmee geeft 54% van de huishoudens aan er geen groot probleem in te zien de door hen gevraagde dienstverlening op de informele markt uit te besteden.

Opvallend is ook hier echter weer het verschil tussen de deelmarkten voor geïndiceerde en niet-geïndiceerde dienstverlening. Op de deelmarkten voor geïndiceerde dienstverlening vindt 72% van de huishoudens het belangrijk of zeer belangrijk om aan de geldende wet- en regelgeving te voldoen en daarmee op de formele markt te opereren. Onder huishoudens die gebruik maken van niet-geïndiceerde dienstverlening ligt dit aandeel slechts op 39%.

6.3 Gedrag: toepassing wet- en regelgeving

Bovenstaande paragrafen laten zien dat het merendeel van de huishoudens de wet- en regelgeving rondom dienstverlening aan huis niet kent, en dat, zelfs wanneer huishoudens de regels wel kennen, een groot deel het niet belangrijk vindt om zich hieraan te houden. Dat roept vragen op over de mate waarin huishoudens zich dus aan deze regelgeving houden. In deze paragraaf zoomen we in op het feitelijke gedrag van huishoudens en bekijken we voor de belangrijkste regels in hoeverre huishoudens deze toepassen. We gaan daarvoor achtereenvolgens in op het loon, doorbetaling bij ziekte, doorbetaling bij vakantie en het betalen van vakantiegeld. Tot slot kijken we ook naar de verblijfsstatus van de persoon die de dienstverlening uitvoert.

Betalen van minimumloon

Op grond van de Regeling Dienstverlening aan Huis zijn huishoudens verplicht hun dienstverlener minimaal het wettelijk minimumloon uit te betalen. In paragraaf 6.1 zagen we dat slechts 41% van de huishoudens van deze regel op de hoogte is. In de praktijk blijkt dan ook dat lang niet alle huishoudens zich aan deze regel zeggen te houden. Tabel 6.7 laat zien dat een kwart van alle huishoudens waarvan het uurloon en de leeftijd van hun dienstverlener bekend zijn hun dienstverlener minder dan het wettelijk minimumloon uitbetaalt.

Tabel 6.7 Aandeel huishoudens (waarvan het uurloon en leeftijd van de dienstverlener bekend zijn) dat minimaal wettelijk minimumloon (WML) betaalt (N=775)

| | <i>Minimaal WML</i> | <i>Minder dan WML</i> |
|--|---------------------|-----------------------|
| Totale markt | 75% | 25% |
| Deelmarkt: huishoudelijke hulp zorgindicatie | 83% | 17% |
| Deelmarkt: zorg aan huis | 83% | 17% |
| Deelmarkt: schoonmaken van de woning | 79% | 21% |
| Deelmarkt: onderhoud huis en tuin | 76% | 24% |
| Deelmarkt: oppas/gastouder aan huis | 60% | 40% |
| Deelmarkt: andere huishoudelijke werkzaamheden | 69% | 31% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

De tabel laat zien dat vooral voor oppaswerk relatief vaak minder dan het wettelijk minimumloon wordt betaald.²³ Dit geldt voor 40% van de gevallen. Daarbij geldt wel dat de uurprijzen voor gastouders in werkelijkheid waarschijnlijk hoger liggen dan door de huishoudens gerapporteerd (zie paragraaf 5.1). Datzelfde geldt voor de uurlonen die worden betaald op de deelmarkten voor geïndiceerde dienstverlening.

Waarschijnlijk ligt het aandeel huishoudens dat minder dan het wettelijk minimumloon betaald in werkelijkheid dus lager dan het hier gerapporteerde kwart. Niettemin is deze overschatting opvallend: het huishouden is er als formele werkgever immers voor verantwoordelijk dat de dienstverlener minimaal het wettelijk minimumloon krijgt uitbetaald.

Doorbetaling bij ziekte

De Regeling Dienstverlening aan Huis bepaalt dat dienstverleners die onder deze regeling vallen bij ziekte gedurende zes weken tenminste 70% van hun salaris of het minimumloon moeten worden doorbetaald. In paragraaf 6.1 zagen we al dat slechts 24% van de huishoudens die vallen onder de Regeling Dienstverlening aan Huis van deze regel op de hoogte is. Deze geringe kennis vertaalt zich naar een groot aandeel huishoudens dat zich niet aan deze regel houdt, zoals blijkt uit tabel 6.8.

Tabel 6.8 Betaalt u uw dienstverlener door bij ziekte? (N=1808)

| | <i>Ja</i> | <i>Nee</i> | <i>Weet niet</i> |
|--|------------|------------|------------------|
| Totale markt | 11% | 81% | 11% |
| Deelmarkt: huishoudelijke hulp zorgindicatie | 22% | 63% | 15% |
| Deelmarkt: zorg aan huis | 31% | 59% | 10% |
| Deelmarkt: schoonmaken van de woning | 10% | 85% | 5% |
| Deelmarkt: onderhoud huis en tuin | 7% | 85% | 7% |
| Deelmarkt: oppas/gastouder aan huis | 12% | 79% | 9% |
| Deelmarkt: andere huishoudelijke werkzaamheden | 8% | 78% | 14% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Slechts 11% van de huishoudens betaalt de dienstverlener door wanneer deze ziek wordt. Onder huishoudens die gebruik maken van geïndiceerde dienstverlening ligt dit aandeel met 25% aanzienlijk hoger. Voor deze deelmarkten geldt bovendien dat,

²³ In de analyse is het minimumjeugdloon voor de verschillende leeftijdscategorieën verdisconteert. In de analyse is daarmee al gecorrigeerd voor de vaak jonge leeftijd van dienstverleners die oppaswerk doen.

wanneer huishoudens gebruik maken van een bemiddelingsbureau, dit bureau in sommige gevallen deze verplichting op zich neemt, soms zonder dat het huishouden dit beseft. Dit blijkt uit de interviews met aanbieders van dienstverlening aan huis. Mogelijk ligt het aandeel huishoudens waarvan de dienstverlener bij ziekte wordt doorbetaald op de deelmarkten voor geïndiceerde dienstverlening dus nog iets hoger.

Wanneer huishoudens doorbetalen bij ziekte, dan zijn hierover in 63% van de gevallen afspraken gemaakt met de betreffende dienstverlener. Als het gaat om geïndiceerde dienstverlening gebeurt dit vaker dan als het gaat om niet-geïndiceerde dienstverlening (71% versus 60%).

Naast de vraag óf wordt doorbetaald bij ziekte, is voor een juiste toepassing van de wet- en regelgeving ook de wijze waarop wordt doorbetaald van belang. Volgens de Regeling moet bij ziekte het loon gedurende zes weken worden doorbetaald voor ten minste 70% of het geldende minimumloon.

Nadere analyse laat zien dat in totaal 4,1% van alle huishoudens die gebruik maken van dienstverlening aan huis aan de volledige regel rondom doorbetaling bij ziekte voldoet. Deze huishoudens betalen hun dienstverlener minimaal 6 weken door wanneer deze ziek wordt en betalen in dit geval minimaal minimumloon én tenminste 70% van het uurloon.

Doorbetaling bij vakantie

Naast doorbetaling bij ziekte, hebben dienstverleners onder de Regeling Dienstverlening aan Huis recht op vier weken doorbetaalde vakantie. In paragraaf 6.1 zagen we dat 25% van de huishoudens die dienstverlening aan huis uitbesteden van deze regel op de hoogte is. Wanneer we kijken naar het gedrag van deze huishoudens, dan zien we dat een nog kleiner deel (11%) de vakantiedagen van de dienstverlener ook daadwerkelijk doorbetaalt.

Tabel 6.9 Als uw dienstverlener met vakantie gaat, betaalt u het loon dan door tijdens zijn/haar afwezigheid? (N=1808)

| | <i>Ja</i> | <i>Nee</i> |
|--|------------|------------|
| Totale markt | 11% | 89% |
| Deelmarkt: huishoudelijke hulp zorgindicatie | 23% | 77% |
| Deelmarkt: zorg aan huis | 34% | 66% |
| Deelmarkt: schoonmaken van de woning | 9% | 91% |
| Deelmarkt: onderhoud huis en tuin | 8% | 92% |
| Deelmarkt: oppas/gastouder aan huis | 8% | 92% |
| Deelmarkt: andere huishoudelijke werkzaamheden | 9% | 91% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Ook hier zien we weer een groot verschil tussen huishoudens die gebruik maken van geïndiceerde dienstverlening en huishoudens die niet-geïndiceerde dienstverlening afnemen. Op de deelmarkten voor geïndiceerde dienstverlening wordt de vakantie van de dienstverlener in 27% van de gevallen doorbetaald, terwijl dit aandeel op de deelmarkten voor niet-geïndiceerde dienstverlening slechts 9% bedraagt. En ook hier geldt weer dat dit percentage op de deelmarkten voor geïndiceerde dienstverlening mogelijk nog iets hoger ligt omdat bemiddelingsbureaus deze plicht voor een deel van deze huishoudens mogelijk vervullen.

Als huishoudens doorbetalen bij vakantie, dan zijn hierover in 63% van de gevallen afspraken gemaakt met de betreffende dienstverlener.

Ook in dit geval is het voor een correcte toepassing van de Regeling niet alleen zaak te bekijken óf de vakantie van de dienstverlener wordt doorbetaald, maar ook naar de manier waarop dit gebeurt.

Tabel 6.10 Hoe betaalt u door bij vakantie? (N=195)

| | % |
|--|--------------------|
| | <i>huishoudens</i> |
| Het gehele uurloon, zolang de persoon op vakantie is | 32% |
| Het gehele uurloon, gedurende een aantal weken: | 28% |
| • Meer dan 4 weken | 2% |
| • 4 Weken | 6% |
| • Minder dan 4 weken | 13% |
| • Weet nog niet hoeveel weken | 7% |
| Een deel van het uurloon, zolang de persoon op vakantie is | 16% |
| Een deel van het uurloon, gedurende een aantal weken | 6% |
| Op een andere wijze | 7% |
| Weet nog niet | 10% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

De Regeling stelt dat huishoudens hun dienstverlener (minimaal) vier weken volledig doorbetaalde vakantie moeten geven. Uit tabel 6.10 blijkt dat 32% van de huishoudens die de vakantie doorbetaalt, dit doet voor het hele uurloon, zolang de persoon op vakantie gaat. Zij voldoen daarmee aan de Regeling. Nog eens 28% betaalt het gehele uurloon gedurende een aantal weken. Wanneer we hierin een uitsplitsing maken naar het aantal weken dat wordt doorbetaald, dan zien we dat een aandeel van 8% van de huishoudens de Regeling correct (namelijk voor 4 weken of meer) toepast.

Van alle huishoudens die hun dienstverlener doorbetalen bij vakantie, doet 40% dit dus volgens de Regeling. Dat houdt in dat in totaal 4% (40% van 11%) van alle huishoudens die gebruik maken van dienstverlening aan huis zich aan dit deel van de Regeling houden. Op de deelmarkten voor geïndiceerde dienstverlening ligt dit aandeel aanmerkelijk hoger: het gaat hier om 14%.²⁴

Vakantietoeslag

Huishoudens zijn onder de Regeling daarnaast verplicht hun dienstverleners een vakantietoeslag uit te betalen. Paragraaf 6.1 liet zien dat 20% van de huishoudens die gebruik maken van dienstverlening aan huis hiervan op de hoogte is. Ook hier zien we dat het aandeel huishoudens dat de vakantietoeslag daadwerkelijk uitbetaalt nog kleiner is. Tabel 6.11 laat zien dat het hier slechts gaat om 13% van de huishoudens.

²⁴ Waarbij moet worden opgemerkt dat het aantal waarnemingen klein is: slechts 63 respondenten op de deelmarkten voor geïndiceerde dienstverlening betalen hun dienstverlener door bij vakantie, waarvan er slechts 9 dit doen volgens de regeling.

Tabel 6.11 Betaalt u uw dienstverlener vakantietoeslag?

| | <i>Ja</i> | <i>Nee</i> |
|--|------------|------------|
| Totale markt | 13% | 87% |
| Deelmarkt: huishoudelijke hulp zorgindicatie | 17% | 83% |
| Deelmarkt: zorg aan huis | 24% | 76% |
| Deelmarkt: schoonmaken van de woning | 14% | 86% |
| Deelmarkt: onderhoud huis en tuin | 8% | 92% |
| Deelmarkt: oppas/gastouder aan huis | 10% | 90% |
| Deelmarkt: andere huishoudelijke werkzaamheden | 11% | 89% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Synthese: formele en informele markt

We zien dus dat het aandeel huishoudens dat zich aan de verschillende plichten houdt die de Regeling Dienstverlening aan Huis met zich meebrengt, klein is. Een volgende interessante vraag is die naar het aandeel huishoudens dat zich aan *alle* plichten houdt. Alleen afnemers die zich aan *al* hun plichten houden, opereren op het formele deel van de markt. Alle andere afnemers vertegenwoordigen het informele segment van de markt. Binnen dit informele segment zien we graduele verschillen: een deel van de afnemers vervult wel *één* of enkele plichten, maar niet allemaal, terwijl een ander deel zich aan geen enkele plicht houdt.

Onderstaande tabel presenteert de omvang van de formele en informele segmenten van de markt. We hebben daarvoor gekeken naar het aantal plichten op grond van de Regeling Dienstverlening aan Huis waaraan een huishouden zich houdt. We hebben daarbij gekeken naar het doorbetalen bij ziekte en vakantie en het betalen van vakantietoeslag, Hoe lang en hoeveel de dienstverlener wordt (door)betaald, is in deze analyse buiten beschouwing gelaten, evenals de plicht om minimaal minimumloon te betalen. Dit, omdat het aantal 'weet niets' op deze vragen te groot was en de N daarmee te klein zou worden.

Tabel 6.12 Segmentering: van informeel tot formeel (N=1680)

| | <i>Informeel (houdt zich aan geen van de plichten)</i> | <i>Informeel (houdt zich aan 1 plicht)</i> | <i>Informeel (houdt zich aan 2 plichten)</i> | <i>Formeel</i> |
|---|--|--|--|----------------|
| Totale markt | 76,3% | 13,4% | 7,8% | 2,5% |
| Deelmarkt: huishoudelijke hulp zorgindicatie | 59,8% | 16,4% | 18,9% | 4,9% |
| Deelmarkt: zorg aan huis | 47,3% | 16,2% | 27,0% | 9,5% |
| Deelmarkt: schoonmaken van de woning | 76,9% | 15,1% | 5,8% | 2,2% |
| Deelmarkt: onderhoud huis en tuin | 85,6% | 6,3% | 6,3% | 1,9% |
| Deelmarkt: oppas/gastouder aan huis | 79,3% | 13,9% | 5,3% | 1,4% |
| Deelmarkt: andere huishoudelijke werkzaamheden | 77,4% | 15,1% | 5,7% | 1,9% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Uit de tabel blijkt dat slechts 2,5% van de dienstverlening formeel wordt uitbesteed. Ruim driekwart van de totale markt is volledig informeel, wat wil zeggen dat deze huishoudens zich aan geen van de drie bovengenoemde plichten houden. Wel zien we hierin behoorlijke verschillen tussen de deelmarkten voor geïndiceerde en niet-geïndiceerde dienstverlening. Geïndiceerde dienstverlening vindt aanzienlijk vaker op de formele markt plaats dan niet-geïndiceerde dienstverlening. Dit geldt vooral voor zorg aan huis. Bovendien geldt op beide deelmarkten voor geïndiceerde dienstverlening dat mogelijk (een deel van) de plichten worden vervuld door bemiddelingsbureaus. Mogelijk is het formele segment op deze deelmarkten dus nog (iets) groter.

Hiermee deels samenhangend blijkt dat huishoudens die zich houden aan alle regels, en dus op de formele markt opereren, relatief vaak huishoudens zijn voor wie de dienstverlening (deels) wordt betaald door een (overheids)instantie. Onderstaande tabel maakt dit duidelijk.

Tabel 6.13 Wijze van financiering naar formeel en informeel (N=1706)

| Wie betaalt de dienstverlening | Formeel | Informeel |
|---|---------|-----------|
| Het huishouden betaalt alles zelf | 63% | 83% |
| Het huishouden betaalt een deel, en krijgt een tegemoetkoming | 20% | 5% |
| Een andere instantie betaalt, het huishouden betaalt een eigen bijdrage | 9% | 4% |
| Een andere persoon of instantie betaalt alles | 9% | 3% |
| Anders | 0% | 4% |
| Weet niet | 0% | 1% |
| | 100% | 100% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Subsidiering van de dienstverlening lijkt dus een zekere formalisering van de markt voor dienstverlening met zich mee te brengen.

Verblijfsstatus

Hoewel geen expliciet onderdeel van de Regeling Dienstverlening aan Huis, is ook de verblijfsstatus van de dienstverlener een indicator voor het gedrag ten aanzien van wet- en regelgeving. Zoals geldt voor elke werkgever in Nederland, is het huishoudens die dienstverlening aan huis uitbesteden niet toegestaan hiervoor gebruik te maken van een persoon zonder verblijfsstatus. We hebben huishoudens die dienstverlening aan huis uitbesteden daarom gevraagd of zij weten of de persoon die de dienstverlening voor hen uitvoert legaal in Nederland verblijft. Onderstaande tabel presenteert de uitkomsten.

Tabel 6.14 Verblijfsstatus dienstverlener (N=1808)

| <i>Weet u of uw dienstverlener legaal in Nederland is?</i> | <i>% huishoudens</i> |
|--|----------------------|
| Ja, hij/zij is van Nederlandse afkomst | 80,0% |
| Ja, dat weet ik zeker (heb ik gecontroleerd) | 11,4% |
| Ja, ik denk dat deze persoon legaal in Nederland is | 6,4% |
| Nee, ik denk dat deze persoon illegaal in Nederland is | 0,8% |
| Nee, ik weet zeker dat deze persoon illegaal in Nederland is | 0,2% |
| Wil niet zeggen | 0,2% |
| Weet niet | 1,2% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Een aandeel van 1% van alle huishoudens die onder de Regeling Dienstverlening aan Huis vallen geeft aan dat de dienstverlener die zij hiervoor inzetten (waarschijnlijk) illegaal in Nederland verblijft. Dit komt neer op ruim 9550 huishoudens in Nederland. Nog eens 1,4% van de huishoudens is hier niet zeker van of wil dit niet zeggen. Het resterende deel van de huishoudens (97,8%) maakt gebruik van een dienstverlener waarvan zij weten of denken dat deze legaal in Nederland verblijft.

7 Gevoeligheid van de vraag

Dit hoofdstuk beschrijft de gevoeligheid van de vraag naar dienstverlening aan huis. Dat wil zeggen: wat gebeurt er met de vraag naar dienstverlening aan huis wanneer er beleidswijzigingen worden doorgevoerd waardoor de condities waaronder dienstverlening aan huis wordt afgenomen veranderen? Deze vragen zijn alleen gesteld aan huishoudens die gebruik maken van niet-geïndiceerde dienstverlening.²⁵ Dit hoofdstuk heeft daarmee alleen betrekking op de deelmarkten voor dit type dienstverlening. In de achtereenvolgende paragrafen gaan we in op de invloed van prijswijzigingen (paragraaf 7.1), het effect van administratieve lasten (paragraaf 7.2), de gevolgen van inhuur via een organisatie (paragraaf 7.3) en het belang van de persoonlijke relatie met de dienstverlener (paragraaf 7.4). In paragraaf 7.5 zetten we het relatieve belang van deze factoren tegen elkaar af.

7.1 Prijs

Wat gebeurt er met de vraag naar niet-geïndiceerde dienstverlening aan huis wanneer de prijzen met 10% stijgen? Onderstaande tabel maakt dit inzichtelijk.

Tabel 7.1 Reactie op prijsstijgingen van niet-geïndiceerde dienstverlening (N=1633)

| <i>Als ik verplicht wordt om zelf 10% meer te betalen, dan:</i> | <i>%huishoudens</i> |
|---|---------------------|
| zal ik de werkzaamheden zeker nog steeds uitbesteden | 36% |
| zal ik de werkzaamheden waarschijnlijk nog steeds uitbesteden | 39% |
| zal ik de werkzaamheden waarschijnlijk niet meer uitbesteden | 16% |
| zal ik de werkzaamheden zeker niet meer uitbesteden | 9% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

De tabel laat zien dat een prijsstijging van 10% voor driekwart van de huishoudens (waarschijnlijk) geen gevolgen zal hebben voor de vraag naar dienstverlening. Een kwart van de huishoudens zou de dienstverlening dan (waarschijnlijk) niet meer uitbesteden. Van deze huishoudens zou 60% het werk voortaan zelf doen, terwijl 28% hiervoor een vrijwilliger zou vragen.

Wanneer we kijken naar de verschillende deelmarkten voor niet-geïndiceerde dienstverlening, dan zien we geen grote verschillen in de reactie op prijsstijgingen. Binnen elke deelmarkt zal ongeveer driekwart van de huishoudens de werkzaamheden (waarschijnlijk) nog steeds uitbesteden. Wel worden voor de verschillende soorten dienstverlening andere oplossingen gezocht wanneer toch wordt besloten de dienstverlening niet langer uit te besteden. Schoonmaakwerkzaamheden en andere huishoudelijke werkzaamheden zouden in dit geval door het merendeel van de huishoudens (resp. 72% en 61%) voortaan zelf worden gedaan. Voor onderhoud aan huis en tuin en oppaswerk zou vaker worden gezocht naar een vrijwilliger die dit werk kan uitvoeren.

7.2 Administratieve lasten

Een mogelijk gevolg van veranderende wet- en regelgeving zijn toenemende administratieve lasten voor afnemers van dienstverlening aan huis, bijvoorbeeld omdat zij moeten zorgen voor het afdragen van belastingen en premies of omdat een betalingsadministratie moet worden bijgehouden.

²⁵ Hier is voor gekozen omdat geïndiceerde dienstverlening doorgaans eerder noodzaak dan keuze is. Deze markten zullen daardoor nauwelijks gevoelig zijn voor beperkte beleidswijzigingen t.a.v. arbeidsvoorwaarden.

Afdragen belastingen en premies

Onderstaande tabel maakt duidelijk hoe de vraag zal reageren wanneer afnemers verplicht worden belastingen en premies af te dragen.

Tabel 7.2 Reactie op verplichte afdracht belastingen en premies voor niet-geïndiceerde dienstverlening (N=1633)

| <i>Als ik verplicht wordt om te zorgen voor het afdragen van belasting en premies, dan:</i> | <i>% huishoudens</i> |
|---|----------------------|
| zal ik de werkzaamheden zeker nog steeds uitbesteden, en draag ik belasting en premies af | 11% |
| zal ik de werkzaamheden zeker nog steeds uitbesteden, maar ga ik zwart uitbetalen | 27% |
| zal ik de werkzaamheden gaan uitbesteden via een bemiddelende instantie | 6% |
| zal ik de werkzaamheden waarschijnlijk nog steeds uitbesteden, maar ik weet niet hoe | 14% |
| zal ik de werkzaamheden waarschijnlijk niet meer uitbesteden | 21% |
| zal ik de werkzaamheden zeker niet meer uitbesteden | 22% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Opvallend is dat slechts 11% van de huishoudens hiertoe bereid is. Nog eens 14% geeft aan de diensten waarschijnlijk nog wel te willen blijven uitbesteden, maar niet te weten hoe. Maar liefst 43% van de huishoudens zou de dienstverlening in dit geval (waarschijnlijk) niet langer uitbesteden. Als het gaat om schoonmaakwerk, zou 66% van deze huishoudens dit voortaan zelf uitvoeren. Voor onderhoud aan huis en tuin en oppaswerk zou door resp. 49% en 57% van deze huishoudens een vrijwilliger gezocht worden.

De tabel laat verder zien dat een dergelijke maatregel een (verdere) groei van de informele markt tot gevolg kan hebben: ruim een kwart van de huishoudens geeft aan zich in dit geval aan wet- en regelgeving te zullen onttrekken en voortaan 'zwart' uit te betalen. Dit geldt in het bijzonder voor de deelmarkten voor schoonmaak- en oppaswerk, waar 29% van de huishoudens aangeeft deze diensten voortaan 'zwart' uit te zullen betalen.

Bijhouden betalingsadministratie

In onderstaande tabel is de reactie van de vraag op een verplichte invoering van een betalingsadministratie weergegeven.

Tabel 7.3 Reactie op verplicht bijhouden van betalingsadministratie voor niet-geïndiceerde dienstverlening (N=1633)

| <i>Als ik verplicht wordt een betalingsadministratie bij te houden, dan:</i> | <i>% huishoudens</i> |
|--|----------------------|
| zal ik de werkzaamheden nog steeds uitbesteden, en ga ik een betalingsadministratie bijhouden | 17% |
| zal ik de werkzaamheden nog steeds uitbesteden, maar ik ga geen betalingsadministratie bijhouden | 20% |
| zal ik de werkzaamheden uitbesteden via een bemiddelende instantie | 6% |
| zal ik de werkzaamheden waarschijnlijk nog steeds uitbesteden | 14% |
| zal ik de werkzaamheden waarschijnlijk niet meer uitbesteden | 18% |
| Zal ik de werkzaamheden zeker niet meer uitbesteden | 25% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Ook in dit geval zal 43% van de huishoudens de dienstverlening (waarschijnlijk) niet meer uitbesteden. Zij zullen deze werkzaamheden voortaan zelf uitvoeren (56%) of hier een vrijwilliger voor zoeken (38%). Nog eens 20% van de huishoudens geeft aan de werkzaamheden te blijven uitbesteden, maar zich te onttrekken aan deze regel, met een

(verdere) groei van de informele markt als mogelijk gevolg. Slechts 17% van de huishoudens verklaart zich zondermeer bereid een betalingsadministratie bij te houden.

7.3 Inhuur via een organisatie

Een andere mogelijkheid om de markt voor dienstverlening aan huis te formaliseren, is de verplichte inhuur van dienstverlening via een organisatie. Tabel 7.4 laat zien wat hiervan het effect is op de vraag naar niet-geïndiceerde dienstverlening.

Tabel 7.4 Reactie op verplichte inhuur via een organisatie van niet-geïndiceerde dienstverlening (n=1633)

| <i>Als ik verplicht wordt om iemand in te huren via een organisatie, dan:</i> | <i>% huishoudens</i> |
|--|----------------------|
| zal ik de werkzaamheden nog steeds uitbesteden, en doe ik dit via een organisatie | 15% |
| zal ik de werkzaamheden nog steeds uitbesteden, maar ik doe dit niet via een organisatie of instelling | 18% |
| zal ik de werkzaamheden waarschijnlijk nog steeds uitbesteden | 18% |
| zal ik de werkzaamheden waarschijnlijk niet meer uitbesteden | 18% |
| zal ik de werkzaamheden zeker niet meer uitbesteden | 30% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Bijna de helft van de huishoudens geeft aan de dienstverlening in dit geval (waarschijnlijk) niet meer te zullen uitbesteden. Bovendien geeft 18% van de huishoudens aan de werkzaamheden weliswaar te zullen blijven uitbesteden, maar zich aan deze regel te zullen onttrekken. Slechts 15% van de huishoudens blijkt bereid de werkzaamheden via een organisatie uit te besteden.

7.4 Persoonlijke relatie

Om te onderzoeken hoeveel waarde huishoudens hechten aan de (persoonlijke) relatie met hun huidige dienstverlener, hebben we huishoudens die gebruik maken van niet-geïndiceerde dienstverlening gevraagd aan te geven hoeveel zij bereid zijn te betalen voor hun huidige dienstverlener, en hoeveel voor een willekeurige andere dienstverlener. Onderstaande tabel presenteert de resultaten.

Tabel 7.5 Maximale prijs voor huidige versus andere dienstverlener (n=1421)

| | <i>Huidige dienstverlener</i> | <i>Andere dienstverlener</i> |
|------------------|-------------------------------|------------------------------|
| Hetzelfde als nu | 67% | 65% |
| Meer dan nu | 11% | 5% |
| Minder dan nu | - | 6% |
| Weet niet | 9% | 7% |
| Wil niet zeggen | 13% | 17% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

De tabel laat zien dat het merendeel van de huishoudens voor zowel de huidige dienstverlener als een andere dienstverlener maximaal de huidige prijs wil betalen. Wel is het zo dat áls huishoudens bereid zijn iets extra's te betalen, ruim twee keer zoveel huishoudens dit zouden doen voor hun eigen dienstverlener dan voor een willekeurige andere dienstverlener (11% versus 5%). Bovendien geeft 6% van de huishoudens aan een andere dienstverlener minder te willen betalen dan de huidige dienstverlener.

Uitsplitsing naar verschillende typen dienstverlening laat hierin geen grote verschillen zien. Het is dus bijvoorbeeld niet zo dat huishoudens voor hun vaste oppas vaker bereid zijn iets extra's te betalen dan voor hun vaste schoonmaker of klusjesman.

Onderstaande kruistabel geeft een dieper inzicht op de markt voor niet-geïndiceerde dienstverlening als geheel.

Tabel 7.6 Kruistabel: Maximale prijs voor huidige versus andere dienstverlener

| Huidige dienstverlener | Andere dienstverlener | | | |
|------------------------|-----------------------|------------------|-------------|---------------|
| | | Hetzelfde als nu | Meer dan nu | Minder dan nu |
| | Hetzelfde als nu | 56% | 1% | 4% |
| | Meer dan nu | 5% | 3% | 1% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Uit de tabel blijkt dat 56% van de huishoudens de huidige prijs over heeft voor zowel de huidige dienstverlener als voor een andere dienstverlener. Zij zijn daarmee niet bereid méér te betalen voor de 'eigen' bekende dienstverlener. Nog eens 3% van de huishoudens zou bereid zijn zowel de huidige dienstverlener als een eventuele andere dienstverlener meer te betalen dan de huidige uurprijs. Ook deze huishoudens maken in de prijs geen zichtbaar onderscheid tussen hun eigen dienstverlener of een 'nieuwe', nog onbekende dienstverlener.

Slechts 10% van alle huishoudens doet dit wel: 5% zou de huidige dienstverlener meer betalen, maar een andere dienstverlener niet, nog eens 4% zou een andere dienstverlener minder betalen dan de prijs die voor de huidige dienstverlener wordt betaald, en 1% zou de huidige dienstverlener meer, maar een andere dienstverlener minder betalen dan de huidige uurprijs. Daarmee blijkt slechts een minderheid van de huishoudens bereid (extra) te betalen voor de (persoonlijke) relatie met de huidige dienstverlener.

7.5 Gevoeligheid afgewogen

Wat kunnen we op basis van bovenstaande concluderen over de gevoeligheid van de vraag naar niet-geïndiceerde dienstverlening? In de eerste plaats moet worden geconstateerd dat een (beperkte) prijsstijging naar verwachting minder effect op de vraag zal sorteren dan een vergroting van de administratieve lasten of de verplichting de dienstverlening via een organisatie in te huren. Niettemin zou een prijsstijging van 10% kunnen resulteren in een krimp van de markt (in aantal huishoudens) met 9% tot 25%.²⁶

De effecten van een verhoging van de administratieve lasten of een verplichte inhuur via een organisatie zijn potentieel evenwel nog veel groter. Op zichzelf zal elk van deze maatregelen een terugval van de vraag naar geïndiceerde dienstverlening met zo'n 20% tot 40% van de huishoudens kunnen veroorzaken. Een cumulatie van deze maatregelen kan resulteren in een nog veel grotere krimp van de markt. Slechts 2,8% van de huishoudens die vallen onder Regeling Dienstverlening aan Huis geeft voor één van de genoemde maatregelen aan de dienstverlening volgens deze nieuwe regel te blijven uitbesteden.

²⁶ Bij deze conclusies dient wel steeds te worden bedacht dat het hier gaat om de *verwachtingen* van de huishoudens zelf. Het feitelijke gedrag wanneer zij daadwerkelijk met deze maatregelen worden geconfronteerd kan heel anders uitpakken. Om die reden zijn de genoemde percentages nadrukkelijk slechts indicatief.

Daar bovenop komt nog het feit dat deze maatregelen zouden kunnen resulteren in een groei en/of de instandhouding van de informele markt, omdat een relatief groot deel van de huishoudens (een vijfde tot een kwart) aangeeft zich niet aan deze nieuwe regels te zullen houden, maar de dienstverlening wel te blijven uitbesteden.

Opvallend daarbij is dat het aandeel huishoudens dat aangeeft de dienst niet meer te willen uitbesteden, groter is dan het aandeel huishoudens dat aangeeft zich niet aan deze regels te zullen houden. Dit, terwijl we in het vorige hoofdstuk zagen dat een minderheid van de huishoudens het belangrijk vindt om aan de geldende wet- en regelgeving te voldoen. Dit roept de vraag op wat er in de praktijk zou gebeuren wanneer de regelgeving zou veranderen. Wanneer er geen (streng) handhaving plaatsvindt en het dus relatief gemakkelijk is om deze regel te ontduiken, is te verwachten dat een deel van de huishoudens die nu aangeven de dienst niet meer te willen uitbesteden, er toch voor kiest dit wel te blijven doen, maar zich niet aan deze regel te houden.

Een laatste conclusie is dat, hoewel uit hoofdstuk 4 bleek dat een vertrouwensbasis met hun dienstverlener voor veel huishoudens erg belangrijk is, de meeste huishoudens niet bereid lijken hier extra voor te betalen. Slechts 10% van de huishoudens geeft aan meer te willen betalen voor de huidige (vertrouwde) dienstverlener dan voor een andere (onbekende) dienstverlener. Daarentegen maakt een meerderheid van 59% van de huishoudens in de prijs geen zichtbaar onderscheid tussen hun eigen dienstverlener of een 'nieuwe', nog onbekende dienstverlener. Prijs lijkt daarmee overwegend belangrijker dan de persoonlijke band met de huidige dienstverlener.

Deel II: Aanbodzijde in beeld

8 Typering aanbod

In dit hoofdstuk beschrijven we het aanbod van dienstverlening aan huis. Wie zijn deze aanbieders eigenlijk en wat zijn hun kenmerken (paragraaf 8.1) en welke verschillende 'typen' aanbieders kunnen we onderscheiden (paragraaf 8.2)?

We ontlenen de gegevens in dit hoofdstuk en de nog volgende hoofdstukken in de eerste plaats aan de 32 diepte-interviews die zijn gehouden met aanbieders van dienstverlening aan huis. Het ging hierbij om:

- 14 schoonmakers (waarvan er één via een bemiddelingsbureau werkt),
- 8 alfahulpen: 6 Wmo-gefinancierd, en 2 AWBZ-gefinancierd (waarvan er in totaal zes via een bemiddelingsbureau werken),
- 10 oppassen/gastouders (waarvan er drie via een bemiddelingsbureau werken).

We vullen deze inzichten aan met data uit de enquête. Deze enquête onder 15.000 huishoudens leverde een respons van 147 aanbieders van dienstverlening aan huis op die aan de voor dit onderzoek gestelde definitie voldoen. Dit aantal is te klein om betrouwbare uitspraken voor de gehele groep aanbieders te doen. De hier gepresenteerde tabellen moeten daarom worden beschouwd als illustratie van en aanvulling op de data uit de interviews.

Omdat de aantallen klein zijn, is een uitsplitsing naar de verschillende deelmarkten in de nog volgende paragrafen niet zinvol. Onderstaande tabel laat zien welke werkzaamheden de respondenten die de enquête hebben ingevuld uitvoeren.

Tabel 8.1 Aanbieders naar deelmarkt (N=147)

| | Aantal | % |
|-------------------------------------|--------|-------|
| Huishoudelijke hulp zorgindicatie | 17 | 11,6% |
| Zorg aan huis | 5 | 3,4% |
| Schoonmaken van de woning | 68 | 46,3% |
| Onderhoud huis en tuin | 9 | 6,1% |
| Oppas/gastouder aan huis | 34 | 23,1% |
| Andere huishoudelijke werkzaamheden | 14 | 9,5% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

De tabel maakt duidelijk dat het in bijna de helft van de gevallen gaat om niet-geïndiceerde schoonmaakwerkzaamheden. Bijna een kwart van de respondenten werkt als oppas of gastouder.

8.1 Kenmerken van aanbieders

Wat zijn nu de kenmerken van mensen die dienstverlening aan huis aanbieden? Het onderzoek wijst erop dat het – in elk geval waar het de respondenten in dit onderzoek betreft – vooral gaat om vrouwen. Van de 147 aanbieders die de enquête hebben ingevuld, is 77% vrouw. De mannen die in de enquête aangeven dienstverlening aan huis aan te bieden, voeren vooral onderhoud aan huis en tuin uit.

Schoonmaakwerkzaamheden, oppaswerk en zorg aan huis worden vrijwel uitsluitend door vrouwen gedaan. Ook in de interviews is vooral gesproken met vrouwen die deze werkzaamheden uitvoeren. Uitzondering vormt de groep ongedocumenteerden. Binnen deze groep is het niet ongebruikelijk dat ook mannen

deze werkzaamheden uitvoeren, vaak omdat zij geen andere keus hebben (zie ook paragraaf 9.4), deze groep zijn we, logischerwijs, in het panelonderzoek niet tegengekomen.

De enquête laat verder zien dat respondenten die dienstverlening aan huis aanbieden overwegend een laag of middelbaar opleidingsniveau hebben: 42% van de respondenten is laagopgeleid, terwijl 46% hooguit een opleiding op middelbaar niveau heeft afgerond.

Daarmee deels samenhangend zien we in tabel 8.2 dat het huishoudinkomen van de respondenten vaak laag ligt: 67% van de aanbieders heeft een inkomen onder modaal.

Tabel 8.2 Aanbieders naar huishoudinkomen (N=147)

| | % |
|---|-----|
| Minimum (minder dan 12.500 euro) | 16% |
| Beneden modaal (12.500-26.000 euro) | 30% |
| Bijna modaal (26.000-32.500 euro) | 21% |
| Modaal (32.500-39.000 euro) | 19% |
| Tussen 1 en 2 keer modaal (39.000-65.000 euro) | 11% |
| Twee keer modaal (65.000-77.500 euro) | 2% |
| Meer dan twee keer modaal (77.500 euro of meer) | 1% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Onderstaande tabel laat de verdeling van respondenten over de verschillende leeftijdscategorieën zien.

Tabel 8.3 Aanbieders naar leeftijdscategorie (N=147)

| | % |
|--------------|-----|
| 18 - 24 jaar | 19% |
| 25 - 34 jaar | 16% |
| 35 - 49 jaar | 29% |
| 50 - 64 jaar | 26% |
| 65 + jaar | 10% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Uit de tabel blijkt dat het aanbieden van dienstverlening aan huis – in elk geval waar het de respondenten van dit onderzoek betreft – niet iets is dat aan een specifieke leeftijdsklasse is gebonden. Dat blijkt ook uit de interviews: dienstverlening aan huis wordt door mensen van alle leeftijden uitgevoerd. Wel laat het type werkzaamheden zich goed combineren met de zorg voor kinderen. Dat maakt het vooral interessant voor vrouwen met een gezin, en dit blijkt een belangrijke reden om voor dit werk te kiezen (zie ook paragraaf 9.1). Deze vrouwen blijven – zo blijkt uit de interviews – ook nadat de kinderen de deur uit zijn vaak in dit werk 'hangen'. Dat verklaart de piek in de leeftijdsklasse 35-49 jaar in de tabel, die ook nog doorloopt in de daarop volgende leeftijdscategorie.

Wanneer we kijken naar de huishoudsamenstelling van de aanbieders die de enquête hebben ingevuld, dan blijkt dat het inderdaad vooral gaat om gehuwden en samenwonenden met thuiswonende kinderen (34%), en gehuwden en samenwonenden zonder (nog) thuiswonende kinderen (31%).

8.2 Drie typen aanbieders

Op basis van de interviews kunnen we drie verschillende 'typen' aanbieders onderscheiden: het professionele type, het bijverdienende type en het zorgende type. Hieronder beschrijven we deze types, de beschrijvingen vullen we aan met citaten uit de interviews, deze zijn steeds in gele boxen weergegeven.

Type A: het professionele type

Er is een groep dienstverleners die dit werk 20 tot 50 uur per week doet. Zij zijn voor hun hoofdkomen afhankelijk van dit werk en doen dit werk dan ook vanuit financiële motieven. In de regel gaat het hierbij om migranten, soms mét, en soms zonder verblijfsvergunning.

Ewa (28 jaar), is Poolse en heeft in Polen haar Bachelor wiskunde en ICT gehaald. Met haar vriend is ze naar Nederland gekomen: "I can earn here four times as much as in Poland". Omdat Ewa slecht Nederlands spreekt, is het echter moeilijk werk in de richting van haar opleiding te vinden. Om die reden maakt ze nu 50 uur per week huizen van Nederlandse gezinnen schoon.

Jacky (51 jaar) komt uit de Filippijnen en is al 26 jaar met haar man in Nederland. Omdat beiden geen verblijfsstatus hebben, is het schoonmaken van woningen één van hun weinige opties om in het levensonderhoud van zichzelf, én dat van hun kinderen op de Filippijnen te voorzien. Beiden maken 40 uur per week schoon.

Type B: het bijverdienende type

Een tweede groep dienstverleners doet dit werk 8 tot 20 uur per week. Ook deze groep doet dit werk primair om financiële redenen, maar de inkomsten zijn nadrukkelijk een *aanvulling* op het huishoudinkomen. Deze groep is voor het hoofdkomen van het huishouden dus niet van dit werk afhankelijk. Hiermee onderscheiden zij zich van de eerst genoemde groep, voor wie dit wel het geval is. We zien daardoor ook een verschil in het aantal uren dat beide groepen werken. Het professionele type werkt minimaal 20 uur per week, maar vaak aanzienlijk meer. Het bijverdienende type doet dit werk hooguit 20 uur per week, maar veel vaker gaat het om kleine deeltijdbanen van 4 tot 12 uur per week. Binnen deze groep kwamen we veel MBO of lager opgeleide Nederlandse vrouwen tegen die het inkomen van hun fulltime werkende partner aanvullen. Soms ook gaat het om mensen die dit werk naast hun uitkering doen. In een enkel geval is dit extra geld 'broodnodig', maar vaker wordt het gebruikt om zichzelf en/of het gezin iets meer luxe te kunnen geven.

Mona (54 jaar) werkt sinds haar 5 kinderen naar de middelbare school gaan 12 uur per week als alfahulp. Haar man werkt fulltime, maar het inkomen van Mona is mooi meegenomen. Het gezin kan zich daarvan soms iets extra's permitteren, zoals een dagje weg of nieuwe kleren.

Fatima (60 jaar) werkt 12 uur per week als huishoudelijke hulp bij mensen thuis. Fatima doet dit werk om haar WAO-uitkering aan te vullen. Het werk levert een extra geld op om van te kunnen rondkomen: "Mijn WAO is 630 euro, mijn huur 700 euro. Ik moet toch geld verdienen, kan niet alleen mijn hand ophouden bij mijn kinderen."

Type C: het zorgende type

De laatste groep die we in de interviews zijn tegengekomen, onderscheidt zich niet zozeer van de andere groepen in het aantal uren dat dit type werk verricht wordt, maar in de reden dat zij dit werk doen. Deze reden is voor het zorgende type niet primair financieel van aard: zij doen dit werk in de eerste plaats om sociale of persoonlijke motieven. In sommige gevallen omdat men 'nodig' is, bijvoorbeeld omdat een familielid of bekende hulp nodig heeft, en in andere gevallen omdat men het werk leuk vindt en hier voldoening uit haalt. Het aantal uren dat deze groep dit werk doet, varieert. Soms gaat het slechts om enkele uren per week, soms ook gaat het om een fulltime werkweek van 40 uur.

Dhr. Janssen (65 jaar) is gepensioneerd en past vier dagen per week op zijn twee kleindochters. Hoewel hij voor zijn dochters voor het oppaswerk wordt betaald, doet hij het niet voor het geld. Belangrijkste argument is dat hij zijn (klein)dochters hiermee helpt. "Ik doe dit echt voor mijn dochters en kleindochters: omdat zij me nodig hebben. Voor een ander zou ik dit niet doen, al werd ik nog zo goed betaald. Dan zou ik liever van mijn pensioen willen genieten."

Berat (34 jaar) werkt 32 uur per week op kantoor en verricht daarnaast 8 uur per week als alfahulp zorgtaken bij twee gezinnen thuis. Hij deed dit werk eerst als vrijwilliger, pas later bleek dat hij hier via een PGB ook geld voor kon krijgen. Geld is voor hem dan ook geen reden om dit werk te doen: "Het geeft enorm veel voldoening. Het is fijn om iets voor mensen te kunnen betekenen. Daarom ben ik dit gaan doen."

Kwantitatieve duiding

Op basis van de interviews is het niet mogelijk een betrouwbare schatting van de grootte van de bovenbeschreven groepen te maken. De resultaten van de enquête geven enige kwantitatieve duiding, al moet ook daarbij steeds worden bedacht dat het hier om een kleine (en niet noodzakelijkerwijs representatieve) groep aanbieders gaat.

Wanneer we kijken naar het aantal uur dat deze respondenten wekelijks werken, dan zien we dat het binnen deze groep vooral gaat om kleine banen van enkele uren per week. Onderstaande tabel maakt dit inzichtelijk.

Tabel 8.4 Aantal uur dat aanbieders dit werkt verrichten (N=147)

| | |
|------------------|-----|
| Minder dan 8 uur | 87% |
| 8 - 12 uur | 7% |
| 12- 18 uur | 5% |
| 18 - 24 uur | 1% |
| 24 - 32 uur | 1% |
| 32- 40 uur | 0% |
| Meer dan 40 uur | 0% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Daarmee is het bijverdienende type (dat dit werk voor een klein aantal uur per week uitvoert) waarschijnlijk veel sterker in de steekproef vertegenwoordigd dan het professionele type (dat dit werk minimaal 20 uur per week doet).

Voor een belangrijk deel zal het bij de respondenten die dit werk voor slechts een beperkt aantal uren per week uitvoeren echter ook gaan om het zorgende type. Wanneer we kijken naar de belangrijkste reden om dienstverlening aan huis aan te bieden, antwoordt 43% van de respondenten dat zij dit doen om anderen te kunnen helpen. Voor nog eens 16% is de belangrijkste reden dat zij dit werk leuk vinden. Financiële overwegingen (geld verdienen) vormen voor slechts 31% van de respondenten het belangrijkste argument om dit werk te doen.

Wel is duidelijk dat dienstverleners van het professionele type nauwelijks in de steekproef zijn vertegenwoordigd. Dat blijkt niet alleen uit bovenstaande tabel met het aantal uur dat aanbieders dit werk verrichten, maar ook uit tabel 8.5, waarin het maandelijks inkomen dat aanbieders met deze werkzaamheden verdienen is gespecificeerd. De tabel laat zien dat geen van de respondenten waarvan het loon bekend is, hiermee een inkomen verdient dat boven het sociaal minimum ligt. In het overgrote merendeel van de gevallen gaat het om een inkomen van minder dan 200 euro per maand.

Tabel 8.5 Maandinkomen uit deze werkzaamheden (N=97)

| | |
|---------------------|-----|
| Minder dan 200 euro | 85% |
| 200-500 euro | 14% |
| 500-800 euro | 1% |
| Meer dan 800 euro | 0% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Verder blijkt dat 13% van de respondenten naast dit werk nog een uitkering heeft. Nog eens 9% van de respondenten wil niet zeggen of dit zo is. Omdat de meeste dienstverleners aan huis van het professionele type migranten of ongedocumenteerden zijn is het ook wel te verwachten dat ze niet in de steekproef voorkomen. Dat maakt het onmogelijk de werkelijke omvang van deze groep te schatten.

9 Motieven van het aanbod

Dit hoofdstuk beschrijft de drijfveren van aanbieders van dienstverlening aan huis waar het hun werk betreft. In paragraaf 9.1 onderzoeken we de motieven van aanbieders om dit werk te gaan doen. Vervolgens beschrijven we in paragraaf 9.2 de redenen om dit werk te blijven doen. Paragraaf 9.3 gaat in op de motieven om met dit werk te stoppen. Paragraaf 9.4 bevat een reflectie op de keuzevrijheid van aanbieders van dienstverlening aan huis: ervaren (en hebben) zij de ruimte om zelf voor dit werk en de daarbij behorende arbeidsvoorwaarden en arbeidsomstandigheden te kiezen, of hebben zij feitelijk geen keus en worden zij hier door hun omstandigheden toe gedwongen? We ontleen deze gegevens primair aan de interviews en vullen deze aan met inzichten uit de enquête.

9.1 Motieven om dit werk te gaan doen

Als we kijken naar het proces waarin mensen tot dit werk komen, zijn zij als eerste op zoek naar 'werk'. Daar zijn twee redenen voor, namelijk geld willen verdienen en 'het isolement van thuis zitten' willen doorbreken. Men wil actief bezig zijn, onder de mensen zijn, deelnemen aan de maatschappij. Meestal spelen beide redenen een rol bij de beslissing werk te zoeken.

Waarom kiest men vervolgens voor een baan als 'dienstverlener aan huis'? Als eerste moeten we het idee dat de keuze voor dit type werk een hele bewuste is, ontkrachten. Vrijwel niemand in dit onderzoek begint aan zijn werk als schoonmaker, oppas of alfahulp met het idee dat dit hun droombaan is voor altijd. Vrijwel alle respondenten zijn aan dit werk begonnen met de gedachte: "Ik doe dit nu, maar in de toekomst ga ik wat anders doen." Het proces naar dit werk toe verloopt daarom meestal niet heel doelbewust.

Niettemin onderscheiden we voor elk van de in het vorige hoofdstuk beschreven typen dienstverleners verschillende 'drivers' die ertoe hebben geleid dat zij dit werk zijn gaan doen. We zetten ze hieronder op een rij.

Goed geld verdienen (type A en B)

Een veelvoorkomende perceptie onder respondenten van het professionele en bijverdienende type is dat het op de markt voor dienstverlening aan huis goed geld verdienen is. Dat hangt voor een belangrijk deel samen met het informele karakter van de markt: de heersende overtuiging is dat 'zwart' werken redelijk goed verdient, zeker wanneer men het afzet tegen hetzelfde werk 'wit'. Dit geldt vooral voor schoonmaakwerk. Migranten hebben nog veel sterker dan dienstverleners van Nederlandse komaf de perceptie dat op deze markt veel geld te verdienen is, omdat het uurtarief veel hoger ligt dan in hun land van herkomst.

Makkelijke toetreding: 'je rolt er makkelijk in' (type A en B)

Voor zowel het professionele als het bijverdienende type is de makkelijke toetreding tot de markt dienstverlening aan huis eveneens een belangrijke reden om dit werk te gaan doen. Dat hangt in de eerste plaats samen met het informele karakter van de markt. Er zijn op de markt voor dienstverlening aan huis nauwelijks formele drempels als sollicitatie en registratie. Veel respondenten die we in de interviews hebben gesproken, geven aan dit een groot voordeel te vinden, omdat zij onzeker worden van formele procedures en 'moeten solliciteren'. Dit geldt vooral voor veel bijverdienende vrouwen die met de komst van kinderen uit het arbeidsproces zijn weggeweest. Zij ervaren de stap naar

werk als 'spannend' en 'eng', en het is prettig dat de drempels op de markt voor dienstverlening aan huis laag zijn.

Sabrina (45 jaar), werkt 9 uur per week als alfahulp: "Toen mijn dochter groter werd, wilde ik weer gaan werken. Ik heb wel een paar sollicitatiebrieven geschreven, maar ik wist niet zo goed hoe ik het moest aanpakken. Je bent er toch een tijd uit geweest: wat willen ze tegenwoordig en kan ik dat nog wel bijhouden? Ik hoopte ergens ook dat ik dan niet op gesprek hoefde. Dus stelde ik het steeds maar uit. Dit werk, daar rol je makkelijk in. Niemand gaat je testen of moeilijke gesprekken voeren om te zien of je het wel kunt. Dat is fijn."

Voor migranten van het professionele type geldt dit net zo, vooral omdat formele procedures door de taalbarrière voor hen vaak moeilijk te doorlopen zijn. Voor ongedocumenteerden komt daar nog bij dat dit type werk door het gebrek aan formele procedures en registraties vaak het enige werk is dat ze kunnen doen zonder verblijfsvergunning.

Tina (35 jaar) is Nigeriaanse en werkt 20 uur per week als schoonmaakster: "It is either this or prostitution."

Een tweede aspect dat bijdraagt aan de makkelijke toetreding tot deze markt is dat het werk zelf als laagdrempelig wordt ervaren. Uit dit én eerder onderzoek²⁷ blijkt dat veel (laagopgeleide) vrouwen onzeker zijn over hun capaciteiten en dat dit hen tegenhoudt om de stap naar betaald werk te maken. Hetzelfde onderzoek laat echter ook zien dat zij deze angst niet hebben bij banen waarin zij iets doen waarvan ze zeker weten dat ze het kunnen. Dienstverlening aan huis gaat over taken in het huishouden. Dat is exact waar deze vrouwen van het bijverdienende type vaak jarenlang ervaring in hebben: schoonmaken, zorgen, koken, 'in huis' doen zij elke dag. Dit werk kennen zij goed en dat valt daarom binnen hun 'comfort zone'. Ook dat maakt dat veel van deze vrouwen voor dit type werk kiezen. Voor migranten van het professionele type speelt ook hier de taalbarrière een rol. Een (kleine) taalbarrière zorgt voor veel onzekerheid en belemmert het zoeken van een baan op niveau, zelfs bij mensen die bijna vloeiend Nederlands spreken. Zij 'beginnen' daarom met dit type werk, waarvoor een goede taalbeheersing vaak niet nodig is.

Arbeidsvoorwaarden (type B)

Een andere belangrijke driver voor veel vrouwen van het bijverdienende type zijn de specifieke arbeidsvoorwaarden die samenhangen met dit type werk. Het gaat hierbij in de eerste plaats om de flexibiliteit van dit type werk. Omdat bijverdieners vaak maar een beperkt aantal uur per week werken, is dit werk gemakkelijk te combineren met een (jong) gezin: wanneer het een keer niet uitkomt om op ene bepaalde dag te werken, valt er vaak makkelijk iets te schuiven. Het is bovendien één van de weinige banen die samenvallen met schooltijden: een unieke behoefte van moeders met thuiswonende kinderen.

Ook het feit dat het werk vaak dichtbij huis kan worden uitgevoerd, speelt hierbij voor veel bijverdieners mee. De adressen waar men werkt zijn vaak met de fiets of het openbaar vervoer te bereiken. Ook dit maakt dat het werk gemakkelijk te combineren is met een gezin, studie of eventueel ander werk.

²⁷ *Je weet wat je hebt, maar niet wat je krijgt, Niet werkende vrouwen en de keuze voor werk.* Research voor Beleid in opdracht van het ministerie van OCW, augustus 2011.

Tot slot is ook het gevoel van vrijheid en 'eigen baas zijn' een belangrijke driver voor dit type aanbieder. Het ontbreken van collega's of baas wordt vaak genoemd als positief: 'Ik kan het lekker op mijn eigen manier doen, dat schoonmaken.' Deze doelgroep is in het verleden soms slecht behandeld of gekleineerd door een baas of collega's. Daarnaast geeft het ook het gevoel van 'eigen baas zijn' in de zin van: je kunt je tijd indelen, je kunt een keer niet komen, en je kunt er zo weer vanaf.

Sara (60 jaar), past 22 uur per week op: "De vrijheid is heerlijk. Dat ik van alles kan ondernemen met die kinderen. Ik neem ze soms ook even mee naar mijn eigen huis. Dan kan ik daar iets aan mijn huishouden doen."

Inhoudelijke aspecten van het werk (type C)

Voor dienstverleners van het zorgende type zijn de belangrijkste drijfveren om met dit type werk te beginnen vooral inhoudelijk van aard. Vaak genoemd worden in dit verband het werken met mensen en de persoonlijke band die met de werkgever wordt opgebouwd. Ook het 'kunnen zorgen' is voor veel respondenten van dit type een belangrijke drijfveer: deze mensen willen graag zorgen en helpen en kiezen daarom voor dit type werk. We zien dit met name onder alfavulpen en oppassen. Tot slot is er een categorie binnen het zorgende type die dit werk primair is gestart omdat ze nodig waren. Vaak omdat familieleden of mensen in de naaste omgeving hulpbehoevend zijn en niet meer voor zichzelf kunnen zorgen.

Kwantitatieve duiding

In de enquête is aanbieders van dienstverlening aan huis gevraagd wat voor hen de belangrijkste reden is om dit werk te doen. Onderstaande tabel presenteert de resultaten.

Tabel 9.1 Belangrijkste reden om dit werk te doen (N=147)

| | % |
|-------------------------------|-------|
| Geld: het verdient goed | 31,3% |
| U kunt geen ander werk vinden | 8,2% |
| Om anderen te kunnen helpen | 42,9% |
| U vindt het werk leuk | 16,3% |
| Anders | 1,4% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Uit de tabel blijkt dat de inhoudelijke argumenten van anderen te kunnen helpen en het werk leuk vinden, voor meer dan de helft van de respondenten reden is geweest om dit werk te gaan doen. Voor bijna een derde was het geld de belangrijkste reden. Een zeer kleine minderheid van 8,2% van de respondenten heeft voor dit werk gekozen omdat zij geen andere optie hadden en geen ander werk konden vinden.

9.2 Motieven om dit werk te blijven doen

Status quo bias

Welke motieven hebben mensen om dit werk te blijven doen? De term 'motieven' impliceert hier opnieuw een hele bewuste keuze. Echter het werk blijven doen is niet altijd een bewuste keuze. Een groot deel van de geïnterviewden kán ander werk doen en wíl uiteindelijk ook ander werk, maar blijft in dit werk 'hangen'. Wat daar een grote rol bij speelt is de 'status

quo bias²⁸, ofwel het overwaarderen van de situatie waar men op dat moment in zit. Daarbij speelt mee dat respondenten vaak niet bewust nadenken over alternatieven voor dit werk. Wanneer ernaar gevraagd wordt, blijkt vaak dat ze eigenlijk best iets anders zouden willen doen, maar dit wordt zelden als een reële optie onderzocht. Onzekerheid over de nieuwe situatie speelt hierbij ook een rol: 'Je weet wat je hebt, maar je weet niet wat je krijgt.' Veel van de geïnterviewden in dit onderzoek, met name vrouwen die al een tijdje uit het arbeidsproces zijn, zijn erg onzeker. Zij keren daarom vaak niet terug in hun oude beroep.

Willeke (54 jaar), werkt 9 uur per week als schoonmaakster: "Ik stond altijd in een winkel. Maar ik ben bang dat het allemaal anders is geworden, met die computers en zo."

Mona (54 jaar), werkt 9 uur per week als alfahulp: "Ik was vroeger docente Duits. Maar dat is echt lang geleden, voordat de kinderen kwamen. Nu is er in het onderwijs zoveel veranderd, ik weet niet of ik dat wel kan. Ik zou nog wel bijles willen geven, dat heb ik vroeger wel gedaan. Maar daarvoor zullen ze wel liever een student gebruiken. Dat ze mij toch te oud vinden"

Barrières

Naast deze "status quo bias" en 'onzekerheid' zijn er meer feitelijke barrières die de stap naar een ander type werk belemmeren.

Voor dienstverleners van het professionele type is dat in de eerste plaats het geld. Veel respondenten die voor hun inkomen van dit werk afhankelijk zijn, geven aan te verwachten dat zij met een ander soort werk minder of niet genoeg zullen verdienen. De perceptie is dat men in ander werk dat – gezien eventuele taalbarrières en het opleidingsniveau – tot de mogelijkheden behoort, niet méér verdient dan met het huidige werk, zéker niet als het gaat om hetzelfde werk, maar dan 'wit'.

Bovendien hebben veel respondenten van het professionele type het idee dat zij geen toegang hebben tot ander werk. Voor ongedocumenteerden geldt dat het vrijwel onmogelijk is om in meer geformaliseerde sectoren betaald werk te vinden. Maar ook voor andere migranten is de taalbarrière een moeilijk te nemen horde. Zelfs voor migranten die bijna vloeiend Nederlands spreken, blijft dit een rol spelen omdat het hen onzeker maakt.

Maja (30 jaar) is Poolse en werkt 24 uur per week als oppas aan huis: "Ik heb hier in Nederland een Engelse HBO opleiding marketing afgerond. Maar Nederlanders zijn toch beter, omdat zij de taal goed spreken. Daarom blijf ik als oppas werken."

Ewa (28 jaar), werkt 50 uur per week als schoonmaakster: ""My dream is to start my own cafe. I did this work in Poland, I know I can do it. But I have to have a diploma here. In Dutch, and my Dutch is not good enough."

Een barrière die de stap naar een ander soort werk voor *alle* typen dienstverleners kan belemmeren, is de persoonlijke band met de werkgever. Hoewel deze persoonlijke band door veel geïnterviewden wordt genoemd als een zeer positief aspect van dit type werk, maakt het soms ook dat aanbieders zich zó verantwoordelijk en loyaal naar hun werkgevers opstellen, dat deze persoonlijke band een beknelling wordt. Het gevoel 'nodig te zijn' is vaak zo sterk dat men het gevoel heeft dat men ergens niet weg kan. Soms wordt dat niet als belemmering ervaren, maar soms wel degelijk.

²⁸ WRR rapport: *De menselijke beslisser*, W.L. Tiemeijer, 2009.

Rebecca (29 jaar), past 20 uur in de week op: "Natuurlijk wil ik een baan op niveau. Maar ik werk hier nu al 3 jaar als oppas. De ouders werken allebei 50 uur en hebben vier kinderen. Die kinderen zijn aan mij gewend. Ik kan niet zomaar weggaan."

Maria (35 jaar), maakt 18 uur in de week schoon: "Ik blijf tot die oude mensen overlijden. Ze zijn zo aan mij verknocht, dat zeggen ze elke week. Ik kan het niet over mijn hart verkrijgen om bij ze weg te gaan."

Drivers

Daarnaast leggen de interviews ook een aantal drivers bloot die ertoe leiden dat respondenten graag in dit type werk willen blijven werken. Deze drivers komen onder alle typen dienstverleners voor. Het gaat hierbij in de eerste plaats om het sociale contact dat voor veel respondenten met dit type werk samenhangt. Werken, en dus ook dit werk, doorbreekt het isolement en brengt mensen in contact met andere mensen. Omdat dit werk zo sterk doordringt in de persoonlijke levens van werkgevers, ontstaat er vaak een persoonlijke band met de werkgever, die uitmondt in een vriendschap die beide partijen niet meer kwijt willen. Dat geldt voor Nederlandse dienstverleners, maar misschien nog wel meer voor migranten.

Yeva is Armeense en maakt 16 uur in de week schoon: "Ik vond het een minderwaardig idee dat ik bij mensen moest gaan schoonmaken. Maar ik ben bij hele lieve mensen terecht gekomen. We hebben gelijkwaardige gesprekken. Ze hebben me geholpen toen ik problemen had en ze hebben me Nederlands geleerd. Ik heb door hen mijn leven en waardigheid teruggevonden. Ik heb nu een verblijfsvergunning maar ik zou nooit bij ze weggaan."

Jack (38 jaar) komt uit de Filipijnen en maakt 35 uur per week schoon: "The people I work for are like family to me. I will never leave these people. They are my life."

Dit type werk brengt daarnaast waardering en erkenning. Omdat men in dit werk écht nodig is, en omdat er sprake is van een hele directe communicatielijns naar de werkgever, ontvangt men veel en directe waardering voor dit werk. "Opdrachtgevers sturen mij berichtjes dat ze blij met me zijn. Dat voelt goed."

Voor oppassen en alfahulpen geldt dit helemaal sterk, zij krijgen direct feedback van de blije kinderen of oude mensen waar ze mee werken. "Die uitgestrekte armpjes van die kinderen als ze me zien." Hiermee samen hangt het gevoel 'nodig te zijn' en nuttig te zijn, en soms zelfs onmisbaar. Dit geeft een gevoel van eigenwaarde en bestaansrecht. "Als ik hier niet kom schoonmaken loopt dit hele gezin in de soep." "Ik ben voor die oudere mensen het lichtpuntje in hun leven. Zonder mij hebben ze niemand."

Voor een deel van de geïnterviewden biedt dit werk de mogelijkheid tot zelfontplooiing. Vooral alfahulpen en oppassen halen dikwijls op hoog niveau betekenis uit hun werk.

An (64 jaar), past 10 uur per week op: "Ik draag bij aan de opvoeding van die kinderen. Je kunt echt het verschil maken voor zo'n kind. Dat motiveert me."

Maar ook voor enkele overgekwalificeerde schoonmakers geldt dat zij soms letterlijk 'vooruit kunnen' door contact met hun werkgevers.

Anteng (34 jaar) is Indonesiër en werkt 60 uur in de week als schoonmaker: "Zij informeren mij over de Nederlandse maatschappij. Ik leer van alles over de wetgeving, het schoolstelsel, alles wat ik moet weten om hier een leven op te kunnen bouwen."

Joke (45 jaar), maakt 21 uur per week schoon: "Zij helpen mij met alles, bijvoorbeeld als ik zzp'er zou worden dan helpen ze me met de formulieren. Ik heb een advocaat, een dokter, een HR adviseur, allemaal in mijn netwerk door mijn werk."

9.3 Motieven om te stoppen

Waar ligt de grens?

De meeste respondenten die we in de interviews hebben gesproken, willen niet op korte termijn stoppen met dit type werk. Zij zouden pas stoppen als ze ziek worden of het werk fysiek niet meer aankunnen, als het financieel niet meer nodig is of als ze een écht leuke andere baan aangeboden krijgen. Een deel van de geïnterviewden zal echter, ook als geld niet nodig is of als ze een leukere baan kunnen doen, toch blijven werken omdat ze hun werkgevers niet in de steek willen laten.

Wat wel veel voorkomt, is dat men stopt bij één of meerdere adressen. Een goede relatie met de werkgever is een kernreden om dit werk te blijven doen. Omgekeerd geldt ook dat als die relatie niet goed is, dat de hoofdreden is om ergens te stoppen. Vaak uit zich die verstoorde relatie in slechte arbeidsomstandigheden en/of arbeidsvoorwaarden. Deze arbeidsomstandigheden en arbeidsvoorwaarden zijn dan de directe aanleiding om bij een adres te stoppen. Genoemd zijn dit in verband ondermeer:

- Te weinig betalen: (blijvend) een laag uurtarief of werkgevers die extra uren niet betalen.
- Slechte communicatie: werkgevers die zomaar opeens werk afzeggen of op vakantie zijn. "Ze beseffen niet dat dit werk mijn leven is, dat ik afhankelijk ben van dit geld."
- Persoonlijke veiligheid: oneerbare voorstellen of poging tot aanranding (in de interviews drie keer genoemd).
- (On)redelijkheid van de werkzaamheden: een oppas die 7 dagen per week moest werken en geen vrije dag mocht opnemen, schoonmaken van een huis waar gebruikte maandverbanden op de vloer liggen.

Vrijwel geen van de geïnterviewden ervaart de huidige arbeidsomstandigheden en arbeidsvoorwaarden als slecht: er is – zeker in schoonmaakwerk – voldoende werk te vinden, dus de stap naar een andere werkgever is makkelijk gemaakt. Wel geldt dat de meest assertieve mensen de beste arbeidsomstandigheden en arbeidsvoorwaarden hebben. In een gesprek met de werkgever blijkt veel mogelijk, maar het is dan wel van belang dat de dienstverlener dit zelf aankaart.

Tina (35 jaar) is Nigeriaanse en maakt 20 uur per week schoon: "Often, they try you out in the beginning. They ask you to do more and more and more, until you say stop. It is not always that they are unkind, they just don't know how much they can ask."

In de interviews zien we hierin geen grote verschillen tussen professionele, bijverdienende of zorgende typen dienstverleners. Assertiviteit hangt eerder samen met de persoonlijkheid van de dienstverlener dan met de situatie waarin deze zich bevindt of de reden dat hij of zij dit werk doet. Wel zien we over de grenzen van de verschillende typen heen dat naarmate de persoonlijke band met de werkgever sterker is, een assertieve opstelling moeilijker wordt. Een sterke persoonlijke band staat het voeren van een zakelijk gesprek soms in de weg. Dat maakt

het voor een aantal dienstverleners moeilijk de door hen gewenste arbeidsomstandigheden en arbeidsvoorwaarden op te eisen.

Redenen om te stoppen

In de enquête is aan respondenten die ooit wel eens dienstverlening aan huis hebben aangeboden, maar hier inmiddels mee zijn gestopt, gevraagd wat hiervan de redenen waren. Onderstaande tabel geeft hiervan een overzicht.

Tabel 9.2 Waarom bent u met dit werk gestopt? (meerdere antwoorden mogelijk) (N=1473)

| | % |
|--|-----|
| Een (betere) baan gekregen | 34% |
| Het werd te zwaar / te veel | 14% |
| Geen tijd meer voor | 20% |
| Degene waarvoor ik werkte, heeft het stopgezet | 10% |
| Ik ben verhuisd | 10% |
| Ik had er slechte ervaringen mee | 2% |
| De regelgeving werd me te ingewikkeld | 1% |
| De instelling waarvoor u werkte, heeft het stopgezet | 2% |
| Andere reden | 20% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

De tabel laat zien dat het vinden van een betere baan voor ruim een derde van de oud-dienstverleners aan huis de belangrijkste reden was om te stoppen. Ook tijdgebrek is een relatief veelgenoemde reden. De zware arbeidsomstandigheden, vormden voor slechts 14% de directe aanleiding om met dit werk te stoppen.

9.4 Reflectie: keuzevrijheid?

Keuzevrijheid in type werk

Concluderend kunnen we stellen dat een kleine groep dienstverleners feitelijk niet kán stoppen met dit werk omdat er geen andere opties zijn. Het gaat dan om ongedocumenteerden voor wie dit werk de enige mogelijkheid is en voor andere migranten met een taalbarrière. Een andere, en waarschijnlijk veel grotere groep zou wel kunnen stoppen, maar doet dit niet omdat zij de stap te groot vinden of gewoonweg niet willen stoppen. Keuzevrijheid als het gaat om het type werk, is er dus voor het professionele type vaak niet, voor bijverdieners meestal wel, en voor het zorgende type vrijwel altijd (zij hebben immers geen primair financiële drijfveer om dit werk te doen).

Keuzevrijheid in arbeidsvoorwaarden en arbeidsomstandigheden

In de praktijk blijkt echter dat bijna iedereen, onafhankelijk van het type dienstverlener, wél de mogelijkheid heeft om een ander adres te zoeken, wanneer de arbeidsomstandigheden en/of arbeidsvoorwaarden niet goed genoeg zijn. Dat komt omdat, zeker voor schoonmaakwerk, de vraag het aanbod volgens deze respondenten ruimschoots overtreft. Men heeft dus wel de mogelijkheid om aan slechte werkgevers te ontkomen. Aanbieders ervaren hun arbeidsomstandigheden en arbeidsvoorwaarden daardoor bijna nooit als slecht. Daarbij geldt dat mensen met goede sociale vaardigheden, een zakelijke opstelling en een positieve instelling de beste werkgevers hebben (geregeld). Of men goede werkomstandigheden heeft is dus grotendeels afhankelijk van deze persoonlijke eigenschappen.

Als het gaat om de arbeidsomstandigheden en arbeidsvoorwaarden, is er voor alle typen dienstverleners, afhankelijk van de persoonlijkheid, binnen bepaalde grenzen dus wel sprake van een zekere keuzevrijheid.

Kwetsbare groepen

Wel zien we over de grenzen van de verschillende typen dienstverleners heen een aantal kwetsbare groepen. In de eerste plaats gaat het daarbij om aanbieders die dit werk nog niet zo lang doen en daardoor nog geen netwerk aan (potentiele) werkgevers hebben. Zij kunnen, wanneer de arbeidsomstandigheden en arbeidsvoorwaarden op een bepaald adres slecht zijn, niet zo gemakkelijk uitwijken naar een beter adres. Dit geldt in versterkte mate voor migranten die nog maar kort in Nederland zijn. Het is voor hen moeilijker om een netwerk op te bouwen en vaak zijn zij bovendien financieel volledig van dit werk afhankelijk. Alle migranten geven aan dat zij het de eerste twee jaar in Nederland zwaar hebben gehad. Zij hadden toen nog geen netwerk en geen werkervaring. Bijna iedereen heeft wel een negatieve ervaring uit die periode. Kerken, migrantengroeperingen of belangenorganisaties voor migranten of ongedocumenteerden zijn voor hen daarom erg belangrijk. Ook de adressen waar zij werken vormen hun netwerk en een brug naar nieuwe werkgevers.

Ook weinig assertieve personen zijn kwetsbaar voor slechte arbeidsomstandigheden en arbeidsvoorwaarden. Het informele karakter van de markt brengt met zich mee dat dienstverleners vooral zelf moeten opkomen voor hun rechten en de voorwaarden en omstandigheden waaronder zij bereid zijn te werken. Doen zij dit niet, dan lopen zij het risico dat werkgevers (bewust of onbewust) misbruik van hen maken en dat zij hun werk onder slechte omstandigheden en tegen slechte(re) voorwaarden moeten uitvoeren.

Tot slot vormen dienstverleners met een zeer sterke persoonlijke band met hun werkgever een risicogroep. Een sterke persoonlijke band staat het voeren van een zakelijk gesprek soms in de weg. Dat maakt het voor veel dienstverleners moeilijk de door hen gewenste arbeidsomstandigheden en arbeidsvoorwaarden op te eisen.

10 Organisatie van het werk

Dit hoofdstuk beschrijft de manier waarop dienstverleners aan huis hun werk organiseren. We gaan daarvoor allereerst in op het vinden van adressen (paragraaf 10.1). Paragraaf 10.2 beschrijft de wijze waarop het werk wordt uitgevoerd. De rol van bemiddelaars komt tenslotte aan bod in paragraaf 10.3.

10.1 Het vinden van adressen

Werving

In het vorige hoofdstuk kwam al naar voren dat het voor aanbieders van dienstverlening aan huis (na een eerste aanlooperperiode waarin een netwerk aan potentiële werkgevers moet worden opgebouwd), niet al te moeilijk is om aan werk te komen. Zeker waar het schoonmaakwerk betreft, overtreft de vraag volgens de geïnterviewden ruimschoots het aanbod.

Deze conclusie wordt ondersteund door de uitkomsten van de enquête. Tabel 10.1 laat zien dat maar liefst 72% van de aanbieders die de enquête hebben ingevuld niets heeft hoeven doen om een geschikt adres te vinden, omdat zij door de werkgever zijn gevraagd.

Tabel 10.1 Hoe heeft u geschikte adressen gevonden? (N=147)

| | % |
|---|-----|
| Niets, u bent gevraagd | 72% |
| Rondgevraagd bij familie/vrienden/kennissen | 24% |
| Een bemiddelingsbureau ingezet | 3% |
| Gereageerd op advertenties | 11% |
| Zelf een advertentie geplaatst | 10% |
| Anders | 3% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Bijna een kwart van de respondenten heeft rondgevraagd bij familie, vrienden en kennissen, en een vijfde heeft gebruik gemaakt van advertenties. Slechts 3% heeft hiervoor een bemiddelingsbureau ingezet. Onder de 45 aanbieders die opereren op de markt voor geïndiceerde dienstverlening ligt dit aandeel aanzienlijk hoger dan gemiddeld: 15% van deze aanbieders heeft een bemiddelingsbureau ingezet om geschikte adressen te vinden.

Aantal adressen

Het aantal adressen waarvoor de dienstverlening wordt uitgevoerd, neemt toe met het aantal uur per week dat een dienstverlener dit type werk uitvoert. Dienstverleners van het professionele type werken vaak op tien of soms nog wel meer verschillende adressen. Bijverdieners werken vaak op één of enkele adressen.

De enquête laat zien dat het overgrote deel van de respondenten die de enquête heeft ingevuld, de werkzaamheden op slechts één adres uitvoert.²⁹ Tabel 10.2 maakt dit inzichtelijk.

Tabel 10.2 Op hoeveel verschillende adressen voert u deze werkzaamheden uit? (N=147)

| | % |
|-------------|-------|
| 1 adres | 81,0% |
| 2 adressen | 8,8% |
| 3 adressen | 6,1% |
| 4 adressen | 2,0% |
| 5 adressen | 0,7% |
| 6 adressen | 0,7% |
| 20 adressen | 0,7% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

10.2 Wijze van uitvoering

Dienstverleners hebben verschillende mogelijkheden om hun werk voor huishoudens uit te voeren. Zij kunnen ervoor kiezen hun diensten rechtstreeks aan een huishouden aan te bieden of dit te doen via een bemiddelingsbureau. Daarnaast kunnen dienstverleners deze werkzaamheden uitvoeren als zzp'er (mits zij aan de eisen hiervoor voldoen) of te proberen deze werkzaamheden in loondienst van een organisatie uit te voeren.

Uit de interviews blijkt dat de keuze voor werken onder de Regeling Dienstverlening aan Huis of als zzp'er vaak geen bewuste is. Vaak zijn respondenten niet op de hoogte van de voor- en nadelen van beide constructies. Dit blijkt ook uit de enquête: 85% van de respondenten die de enquête heeft ingevuld en nu onder de Regeling werkt, heeft nooit overwogen zich voor deze werkzaamheden als zzp'er te registreren.

De keuze voor het niet werken in loondienst is vaker een bewuste keuze. Dat heeft ondermeer te maken met de in paragraaf 9.1 beschreven makkelijke toetreding tot de informele markt: bij het werken in loondienst horen ook 'drempels' als solliciteren en registreren. Veel respondenten laten zich hierdoor afschrikken. Belangrijker is nog dat werk in loondienst per definitie 'wit' werk is, waarmee volgens de geïnterviewden aanzienlijk minder te verdienen is dan met 'zwart' werk op de informele markt. Tot slot speelt voor enkele respondenten mee dat dit type werk nadrukkelijk wordt gezien als tijdelijk. Het is een opstap naar beter werk, en zeker niet iets waarin ze voor zichzelf een carrière zien weggelegd. Een dienstverband maakt het werk voor deze respondenten direct een stuk serieuzer en doet afbreuk aan het flexibele en vluchtige karakter ervan. Daar zitten zij juist vaak niet op te wachten, al blijkt in de praktijk vaak dat zij dit werk al jaren doen en waarschijnlijk ook niet op korte termijn zullen stoppen. Het gaat dus meer om het *idee* dat stoppen op elk moment mogelijk is, dan dat zij deze stap ook daadwerkelijk snel zullen zetten.

²⁹ Dit strookt niet met de beelden uit de interviews. Dit heeft te maken met selectie-bias: we hebben bij het selecteren van respondenten specifiek gezocht naar respondenten die dit werk voor minimaal 7 uur per week uitvoeren. Dat komt doorgaans neer op minimaal twee adressen.

Sabrina (45 jaar), werkt 9 uur per week als alfahulp: "In loondienst werken voelt alsof ik definitief voor schoonmaakwerk heb gekozen. Dat wil ik niet, ik wil eigenlijk een andere, leukere baan. Daarom houd ik het liever zoals het is, dat voelt tijdelijker."

Voor een kleiner deel van de respondenten geldt dat zij juist wél op zoek zijn naar vastigheid en het gevoel met dit werk volwaardig mee te doen. Dat geeft hen het gevoel in hun werk serieus genomen te worden en mee te tellen in de maatschappij. We zien dit vooral onder alfahulpen die schoonmaakwerkzaamheden verrichten. Vaak kiezen deze alfahulpen er daarom bewust voor te werken via een bemiddelingsorganisatie, in de hoop hier op termijn in loondienst te kunnen treden. Hoewel dat in enkele gevallen wel beloofd is, blijkt het onder de organisaties waar deze respondenten voor werken echter vaak eerder regel dan uitzondering dat juist, ook voor het personeel dat wel in loondienst is, sterk wordt ingezet op de alfahulp-constructie.

Petra (54 jaar), werkt 10 uur in de week als alfahulp via een bemiddelingsorganisatie: "Ze doen beloftes die ze niet nakomen. Eerst moesten we met z'n allen als alfahulp werken. Toen mochten we allemaal in loondienst, werd er gezegd. Eerst drie tijdelijke contracten, dan in vaste dienst. Maar toen dat dan bijna zo ver zou zijn, moesten we opeens weer allemaal als alfahulp. Ook de mensen die wel in vaste dienst zijn, hoor ik. Ik voel me bekocht. Als alfahulp heb je bijna geen rechten, dat stelt niks voor. Maar ook: geen overleg, geen vergaderingen. Wij willen ook gewoon meedoen. Erbij horen."

Hoewel dit frustrereert, kiezen deze respondenten er toch voor via de bemiddelingsorganisatie te blijven werken. Dat geeft nog altijd sterker het gevoel van een 'echte', serieuze baan, dan dat zij hun werk zonder tussenkomst van een organisatie zouden doen.

Mona (54 jaar), werkt 12 uur per week als alfahulp via een bemiddelingsorganisatie: "Ik kan nu in elk geval zeggen dat ik voor die organisatie werk."

10.3 De rol van bemiddelaars

Activiteiten bemiddelingsbureaus

Uit de enquête blijkt dat 8% van de aanbieders die deze hebben ingevuld via een bemiddelingsbureau werkt. Onder de 45 aanbieders die opereren op de deelmarkten voor geïndiceerde dienstverlening bedraagt dit aandeel 27%. Al deze twaalf respondenten worden door het bemiddelingsbureau uitbetaald. Op de deelmarkten voor niet-geïndiceerde dienstverlening geldt dit slechts voor de helft van de respondenten die via een bemiddelingsbureau werken. Op beide typen deelmarkten voert het bemiddelingsbureau voor een derde van de respondenten administratieve werkzaamheden uit, en in 17% van de gevallen wordt vervanging bij ziekte door het bemiddelingsbureau geregeld.

Uit de interviews blijkt dat het werven van adressen tot de voor respondenten belangrijkste taken van bemiddelingsbureaus behoort. Daarnaast is het fijn dat het bemiddelingsbureau de administratieve lasten die komen kijken bij 'wit' werk op zich

neemt. De meeste respondenten die via een bemiddelingsbureau werken, willen de zaken graag netjes geregeld hebben, maar vinden het lastig de belastingaangifte zelf te regelen: 'Dan krijg je allemaal van die brieven, en dat wil ik niet.' Het is dan fijn dat het bemiddelingsbureau bijvoorbeeld een urenadministratie bijhoudt en een jaaropgave verstrekt. Soms is dat voor respondenten ook een reden om te kiezen voor werk op de deelmarkten voor geïndiceerde dienstverlening.

Annie (54 jaar), werkt 12 uur per week als alfahulp via een bemiddelingsorganisatie: "Het maakt voor mij niet zoveel uit of ik nu werk als schoonmaakster of als alfahulp. Het werk is toch hetzelfde. Maar ik vind het wel fijn dat alle administratie door het bureau geregeld wordt. Dat het toch netjes gaat. Want ik weet niet of ik dat allemaal zelf zou kunnen."

Opvallend is tot slot dat geïnterviewden die via een bemiddelingsbureau werken, relatief vaak goed op de hoogte zijn van hun rechten en plichten. Hun kennis hiervan is vaak aanzienlijk beter dan die van respondenten die niet via een bemiddelingsbureau werken. Ook het informeren over de geldende regelgeving behoort daarmee tot de taken die bemiddelingsbureaus vaak op zich nemen. Dat geldt echter niet voor elk bemiddelingsbureau:

Sabrina (45 jaar), werkt 9 uur per week als alfahulp via een bemiddelingsorganisatie: "Ik wist helemaal niet dat ik rechten had, zoals doorbetaling bij ziekte en vakantie. Ik ben dat na het interview meteen bij de organisatie gaan navragen. Maar ik werk blijkbaar op een OVO, en dus niet onder de Regeling. Daardoor heb ik nu helemaal geen rechten. Als ik vooraf het verschil had geweten, had ik hier natuurlijk nooit voor gekozen."

Financiering bemiddelaars

Het is in de ogen van de geïnterviewden die voor een bemiddelingsbureau werken onvermijdelijk dat er iets voor de diensten van het bemiddelingsbureau betaald moet worden. Vaak wordt dit door respondenten echter al ingecalculleerd bij de keuze om dit werk 'wit' te gaan doen: wit werken 'kost' in de perceptie van respondenten nu eenmaal geld. De kosten die moeten worden betaald aan het bemiddelingsbureau worden daarmee eerder toegeschreven aan het feit dat men wit werkt dan aan het feit dat men via een bemiddelingsbureau werkt.

Uit de enquête blijkt bovendien dat 42% van de aanbieders die gebruik maken van een bemiddelingsbureau zelf niks betaalt voor deze diensten. Onder de twaalf respondenten die opereren op de deelmarkten voor geïndiceerde dienstverlening ligt dit aandeel met twee derde aanzienlijk hoger dan gemiddeld. 10% van de respondenten betaalt het bemiddelingsbureau een vast bedrag voor elk gewerkt uur, en nog eens 10% betaalt een vast bedrag per maand. Dit geldt voor alle deelmarkten. Op de deelmarkten voor niet-geïndiceerde dienstverlening betaalt 7% eenmalige inschrijfkosten. Dit komt onder de twaalf respondenten die opereren op de deelmarkten voor geïndiceerde dienstverlening niet voor. Opvallend is dat in totaal 14% van de respondenten (18% op de deelmarkten voor geïndiceerde dienstverlening) aangeeft niet te weten of en welke kosten het bemiddelingsbureau rekent.

11 Rechten en plichten

Dit hoofdstuk beschrijft kennis, houding en gedrag van aanbieders ten aanzien van wet- en regelgeving rondom dienstverlening aan huis. Hun kennis van deze wet- en regelgeving is beschreven in paragraaf 11.1. Paragraaf 11.2 gaat in op de houding van afnemers ten aanzien van wet- en regelgeving. De mate waarin deze wet- en regelgeving door afnemers ook daadwerkelijk wordt toegepast, wordt uiteengezet in paragraaf 11.3.

11.1 Kennis: bekendheid met wet- en regelgeving

Gepercipieerde kennis

Tabel 11.1 laat zien dat een groot deel (66%) van de aanbieders van dienstverlening aan huis die de enquête hebben ingevuld, aangeeft geen of nauwelijks kennis te hebben van de geldende wet- en regelgeving rondom dienstverlening aan huis.

Tabel 11.1 Hoe goed kent u de geldende regelgeving rondom dienstverlening aan huis? (N=147)

| | % |
|-----------|------|
| Heel goed | 2,0 |
| Goed | 13,6 |
| Redelijk | 18,4 |
| Enigszins | 27,9 |
| Niet | 38,1 |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Slechts 15% van de aanbieders geeft aan de regelgeving (heel) goed te kennen.

Uit de enquête blijkt verder dat bijna de helft (48%) van de aanbieders die de enquête hebben ingevuld van mening is dat deze regelgeving niet op hun situatie van toepassing is. Nog eens 29% weet niet of dit zo is, en slechts 23% denkt wel onder deze regelgeving te vallen.

Feitelijke kennis

In de praktijk blijkt inderdaad dat de feitelijke kennis van regelgeving niet erg groot is. Dat blijkt allereerst uit de interviews. Maar weinig van de geïnterviewden hebben kennis van hun wettelijke rechten en plichten. Wat daarbij een belangrijke rol speelt is de perceptie dat 'formele' arbeidsrechten niet van toepassing zijn als men zwart werkt. Dus gaat men hier niet naar op zoek en verdiept men zich niet in de geldende regelgeving. Een aantal respondenten is door de werkgever weliswaar gewezen op hun rechten conform de Regeling Dienstverlening aan huis, maar ook deze respondenten antwoorden in het interview dat zij geen rechten hebben. De perceptie dat bij 'zwart' werk geen rechten horen is zo sterk, dat deze respondenten, terwijl ze weten dat de Regeling bestaat, deze niet op zichzelf betrekken.

Anders is dit voor de groep respondenten die via een bemiddelingsorganisatie werkt. Zij zijn op de hoogte van rechten en plichten zoals deze via de organisatie aan hen zijn vertelt. Daarbij geldt dat zij het verhaal van de bemiddelingsorganisatie vrijwel zonder uitzondering 'voor waar' aannemen. Wanneer het bemiddelingsbureau hen de

juiste informatie heeft gegeven, zijn zij vaak goed op de hoogte van hun rechten en plichten. Dit is echter niet altijd het geval. Zo komt het soms voor dat respondenten denken dat zij geen recht hebben op doorbetaling bij ziekte omdat de organisatie dat zo voorspiegelt. De organisatie deed het in één geval zelfs zo voorkomen dat de overheid die nieuwe regel heeft bedacht.

De interviews laten verder zien dat veel lager- of middelbaar opgeleide respondenten zich niet in de regels verdiepen omdat zij 'angst' hebben voor administratie en alles wat met regelgeving te maken heeft.

Corrie (47 jaar), werkt 21 uur per week als schoonmaakhulp: "Ik hoef geen pensioen of verzekering. Dan krijg je van die brieven waar ik niks van snap en alleen maar zenuwachtig van word."

Voor migranten die geen Nederlands spreken is veel informatie letterlijk onbereikbaar. Zo vertelde één van de respondenten dat zij wel belastingaangifte wil doen, maar dat dit haar praktisch onmogelijk wordt gemaakt, omdat dit alleen in het Nederlands kan, ook wanneer de belastingdienst wordt gebeld voor hulp. Maar ook migranten die de taal wel goed beheersen, komen er niet altijd uit, zoals blijkt uit het onderstaande voorbeeld.

Maja (30 jaar) komt uit Polen en werkt 24 uur per week als oppas: "Ik heb een HBO opleiding en ben nu bijna 10 jaar in Nederland. Ik snap nog steeds bepaalde dingen niet. Zo dacht ik bijvoorbeeld dat mijn zorgverzekering ook mijn arbeidsongeschiktheidsverzekering was. Zo is dat namelijk in Polen."

Uit de enquête

Ook uit de enquête blijkt dat het kennisniveau van aanbieders laag is. Zo denkt bijna de helft (48%) van de respondenten dat zij in hun situatie niet verplicht zijn om aangifte te doen bij de belastingdienst. Nog eens een derde weet niet of deze verplichting geldt.

Tabel 11.2 laat zien dat slechts 38% van de respondenten die onder de Regeling Dienstverlening aan Huis vallen weet dat zij recht hebben op minimaal het wettelijk minimumloon.

Tabel 11.2 Op welk van de onderstaande zaken denkt u dat u –als betaalde dienstverlener – recht heeft? (N=133)

| | % |
|---|-----|
| Het ontvangen van minimumloon | 38% |
| Het doorbetalen van loon bij vakantiedagen | 11% |
| Het doorbetalen van loon bij ziekte | 11% |
| Het uitbetalen van een vakantietoeslag | 11% |
| Een schriftelijke arbeidsovereenkomst | 26% |
| Opzegtermijn van minimaal 1 maand | 23% |
| Bij opzeggen moet toestemming worden gevraagd aan uitkeringsinstantie UWV | 5% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Slechts 11% van de respondenten kent het recht op doorbetaling bij ziekte en vakantie en op vakantietoelage. Bovendien denkt ruim een kwart wel recht te hebben op een schriftelijke arbeidsovereenkomst, terwijl de Regeling Dienstverlening aan Huis dit nu juist *niet* voorschrijft.

11.2 Houding

Belang wet- en regelgeving

Wanneer we kijken naar de manier waarop aanbieders zich tot wet- en regelgeving verhouden, dan blijkt uit tabel 11.3 dat bijna een kwart van de aanbieders die de enquête hebben ingevuld het (heel) belangrijk vindt om zich aan de geldende wet- en regelgeving te houden. Een iets groter deel vindt dit juist (helemaal) niet belangrijk, terwijl bijna de helft zich hierin neutraal opstelt.

tabel 11.3 Hoe belangrijk vindt u het dat uzelf voldoet aan de geldende wet- en regelgeving ? (N=147)

| | % |
|--------------------------|------|
| Heel belangrijk | 5,4 |
| Belangrijk | 19,0 |
| Neutraal | 47,6 |
| Niet zo belangrijk | 12,9 |
| Helemaal niet belangrijk | 15,0 |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Wanneer aanbieders de vraag wordt gesteld hoe belangrijk zij het vinden dat hun *werkgevers* zich aan deze regelgeving houden, blijkt dat ze dit iets meer van belang vinden (zie tabel 11.4). In dit geval vindt is het aandeel aanbieders dat hier (veel) belang aan hecht groter dan het aandeel aanbieders dat dit (helemaal) niet doet.

Tabel 11.4 Hoe belangrijk vindt u het dat uw werkgevers voldoen aan de geldende wet- en regelgeving ? (N=147)

| | % |
|--------------------------|------|
| Heel belangrijk | 8,2 |
| Belangrijk | 25,9 |
| Neutraal | 41,5 |
| Niet zo belangrijk | 12,2 |
| Helemaal niet belangrijk | 12,2 |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Associaties wet- en regelgeving

Opvallend is dat een groot deel van de respondenten in de interviews dienstverlening aan huis niet met rechten, plichten en regelgeving associeert. De eerste reactie bij de tekst 'werk en mijn rechten' is vrijwel unaniem: "*Ik heb geen rechten want ik werk zwart.*" Wat men wel noemt is het recht om redelijk betaald te worden en om menselijk behandeld te worden. Regelmatig weet men ook niet wat met 'werk en mijn rechten' wordt bedoeld. Rechten blijkt een te abstract concept voor een deel van deze groep, zeker in de context van dit type werk.

De eerste reactie bij de tekst 'werk en mijn plichten' is: "*Mijn afspraken nakomen en mijn werk goed doen.*" Niemand denkt aan belasting betalen, mede omdat het hier vaak gaat om zwart werk.

Liever goed verdienen op korte termijn, dan zekerheid voor de lange termijn

Een zeer sterke perceptie onder respondenten in de interviews is dat arbeidsbescherming (zoals doorbetaling bij ziekte en vakantie en verzekering bij arbeidsongeschiktheid en ontslag) geld kost. Een scenario waarbij men netto evenveel verdient, maar wel (meer) arbeidsrechten krijgt is volgens veel respondenten, 'te mooi om waar te zijn' en dus ongeloofwaardig. "*Dat kan niet. Dan moet mijn opdrachtgever meer gaan betalen. En dan raak ik mijn baan kwijt. Of ik krijg zelf minder loon.*" Beide scenario's zijn voor de meeste aanbieders geen optie.

Slechts een klein deel van de geïnterviewden zou kiezen voor zekerheid in de toekomst ten koste van het uurloon. Het gaat hier dan om jonge mensen die veel uren werken en dit werk een tijd willen blijven doen. Zij moeten nog een heel leven mee en moeten nog wat opbouwen. Zekerheid op lange termijn is daarom belangrijk voor hen. Deze groep heeft wel behoefte aan rechten zoals doorbetaling bij ziekte en vakantie, maar eigenlijk hebben zij vooral behoefte aan 'het hele pakket' aan arbeidsrechten (bijvoorbeeld ook pensioen en verzekering bij arbeidsongeschiktheid) omdat het hen gaat om 'zekerheid voor de toekomst'. Zij willen daar ook wel loon voor inleveren.

De oudere groep en de groep die maximaal 20 uur per week werkt, vinden het loon echter belangrijker dan arbeidsrechten (zowel die onder als die buiten de Regeling). Arbeidsbescherming blijkt minder belangrijk als je maar een paar uur per week werkt, omdat je minder afhankelijk bent van het werk. 'Ik ben nooit ziek', is iets dat we in de interviews regelmatig van deze groep te horen kregen. Bovendien: als men toch ziek wordt, is het vaak mogelijk de verloren werkdag op een ander moment weer in te halen. Voor ouderen (55+) speelt mee dat zekerheid voor de toekomst minder interessant is, omdat zij nog maar een paar jaar 'hoeven'.

Het belang van het loon boven arbeidsbescherming, blijkt ook uit het feit dat veel geïnterviewden bij nieuwe adressen wel bereid zijn te onderhandelen over de hoogte van het loon, maar niet over andere arbeidsvoorwaarden zoals doorbetaling bij ziekte en vakantie. Vaak denken zij hier niet eens aan, maar zelfs als dat wel zo zou zijn, zouden de meeste respondenten dit toch niet aankaarten. Vragen om een redelijk loon wordt gezien als normaal, maar het vragen om andere arbeidsrechten vindt men te ver gaan. Daarnaast verwacht men dat de werkgever het werk dan te duur zal vinden. Ook wordt gedacht dat de werkgever geen zin heeft in die administratie.

Houdingsbarrière: Arbeidsbescherming hoort bij 'wit' werk, niet bij 'zwart' werk

Een andere sterke overtuiging die de houding ten aanzien van rechten en plichten bepaald is dat arbeidsbescherming niet hoort bij 'zwart' werk. Veel geïnterviewden die zwart werken vinden het oprecht een vreemd idee om rechten als doorbetaling bij ziekte en vakantie te ontvangen. Dit heeft te maken met de vast ingesleten perceptie dat arbeidsrechten verbonden zijn aan 'wit' werk en belasting betalen en níet aan 'zwart' werken. Pas wanneer men belasting zou betalen, zou men het gevoel hebben dat daar arbeidsrechten bij horen. Maar: als je geen plichten nakomt, is het logisch dat je ook geen formele arbeidsrechten ontvangt.

Andersom geldt echter ook dat, als aanbieders wel inkomstenbelasting betalen, zij dan ook het volledige pakket aan arbeidsrechten verwachten. Dan gaat het dus niet alleen

om (beperkte) doorbetaling bij ziekte en vakantie en een vakantietoeslag, maar om het hele pakket van werknemersverzekeringen en pensioenvoorzieningen. Dat zij hier geen recht op hebben, terwijl zij wel net als ieder ander belasting betalen, roept sterke gevoelens van onrecht en ontevredenheid op. Men heeft het gevoel veel te moeten inleveren en er weinig voor terug te krijgen. Dit motiveert niet om zich aan de eigen plichten te houden en op de formele markt de diensten aan te bieden.

Sabrina (45 jaar), werkt 9 uur per week als alfahulp: "Ik vind het belangrijk om alles netjes te doen. Daarom heb ik bewust gekozen voor wit werk. Maar dat ik daar vervolgens helemaal geen rechten voor terugkrijg, voelt zó oneerlijk. Wat doen ze dan eigenlijk met mijn belastinggeld, vraag ik me dan af. Waarom betaal ik dat eigenlijk?"

Maja (30 jaar), past 24 uur per week op: "Ik werkte eerst zwart als oppas, en nu wit, omdat mijn werkgever dat wil. Ik werk door het gastouderbureau maar niet voor het gastouderbureau. Ze zien mij als zzp'er. Geen doorbetaling bij ziekte, geen vakantiegeld, geen verzekeringen, geen pensioen. Dit is me enorm tegengevallen. Als ik belasting ga betalen, verwacht ik ook die rechten. Ik wil die zekerheid want ik wil hier iets opbouwen."

Houdingsbarrière: Afspraak is afspraak

Uit bovenstaande blijkt al dat, zelfs wanneer de kennisbarrière ten aanzien van wet- en regelgeving wordt beslecht, het hebben van kennis alleen er niet toe zal leiden dat aanbieders hun rechten massaal zullen gaan opeisen. De meeste aanbieders verwachten dan immers minder te gaan verdienen en verkiezen een goed loon op korte termijn boven meer zekerheid voor de lange termijn. Bovendien past het opeisen van rechten niet bij de beleving van 'zwart' werk. Daar komt nog een derde houdingsbarrière bij, namelijk dat aanbieders vinden dat ze het niet kunnen maken om terug te komen op eerder afspraken die met de werkgever zijn gemaakt.

Gwen (20 jaar), past 1,5 dag per week op: "Ik heb helemaal niet het gevoel dat ik iets niet krijg waar ik wel recht op heb. Je maakt vooraf toch afspraken? En ik heb gewoon niet afgesproken dat ik vakantie en ziekte krijg doorbetaald. Ik vind het ook niet terecht om daar dan nu op terug te komen."

Daarbij speelt mee dat veel van de geïnterviewden aangeven dat rechten als vakantietoeslag en doorbetaling bij ziekte en vakantie gevoelsmatig al in de overeengekomen uurprijs verdisconteerd zijn. Juist dat is volgens hen één van de redenen dat werk op de informele markt beter verdient dan op de formele markt.

11.3 Gedrag: toepassing wet- en regelgeving

We zien dus dat de houding ten aanzien van wet- en regelgeving onder aanbieders ambivalent is. Vaak hebben zij niet het idee dat deze wet- en regelgeving op hen van toepassing is. Wat betekent dit voor het gedrag rondom de toepassing van wet- en regelgeving? We kijken daarvoor naar zowel de toepassing van plichten als rechten.

Plichten: aangifte inkomstenbelasting

Eén van de belangrijkste wettelijke plichten van aanbieders van dienstverlening aan huis is het aangeven van de inkomsten uit deze werkzaamheden bij de belastingdienst. Wanneer dit niet gebeurt, werken aanbieders zwart. Wanneer zij dit wel doen, is er sprake van wit werk.

Uit de enquête blijkt dat 21% van de aanbieders die de enquête hebben ingevuld de inkomsten uit de dienstverlening opgeeft bij de belastingdienst. Een meerderheid van 61% doet dit niet en werkt dus zwart, terwijl nog eens 18% niet wil zeggen of zij hiervan aangifte doen. Ook onder respondenten uit de interviews geeft het grote merendeel de inkomsten uit dienstverlening aan huis niet op aan de belastingdienst en werkt dus zwart. Een klein deel van de geïnterviewden doet dit wel en werkt wit. De interviews laten duidelijk zien dat de keuze voor wit of zwart werk vaak een bewuste is.

De belangrijkste reden om zwart te werken is dat dit volgens respondenten aanzienlijk beter verdient. Ook het idee dat zwart werk minder administratieve 'rompslomp' met zich meebrengt speelt mee in deze beslissing.

Gwen (20 jaar), werkt 1,5 dag als oppas: "Dan moet ik dingen met belastingaangifte en de belastingdienst. Ik snap daar niks van."

Corrie (47 jaar), werkt 21 uur per week als schoonmaakhulp: "Dan krijg je weer van die brieven over je pensioen en van de belasting. Die wil ik helemaal niet."

Voor ongedocumenteerden geldt hierbij dat zij geen andere keuze hebben dan dit werk zwart te doen. Zij kiezen hier dus niet per se zelf voor, maar worden hier door de omstandigheden toe gedwongen. Opvallend is dat zij bijna allemaal aangeven liever wit te willen werken. Dat heeft dat vooral te maken met hun beleving dat wit werk samenhangt met volwaardig meedoen aan en meetellen in de maatschappij en 'er mogen zijn'. Veel van hen willen niets liever dan dat: zelfs als dat betekent dat zij hiervoor iets extra's moeten betalen.

Eerder zagen we al dat dit gevoel van volwaardig meedoen en meetellen voor een deel van de respondenten die ervoor kiezen wit te werken een belangrijke reden is om deze keuze te maken. Anderen kiezen hiervoor omdat ze graag aan de regels willen voldoen en dingen 'netjes' willen regelen.

Plichten: bijverdiensten doorgeven aan uitkeringsinstantie

In hoofdstuk 8 bleek al dat 13% van de aanbieders die de enquête heeft ingevuld aangeeft naast dit werk nog een uitkering te hebben. Zij zijn verplicht hun aanvullende inkomsten aan de uitkeringsinstantie door te geven. Van deze 19 personen zegt de helft de inkomsten uit deze werkzaamheden echter niet op te geven bij de uitkeringsinstantie. Acht personen doen dit wel, terwijl de resterende twee personen niet willen zeggen of ze dit wel of niet doen.

Rechten: opeisen

Al eerder in dit rapport werd duidelijk dat aanbieders zelf – binnen de grenzen van het redelijke – redelijk wat invloed hebben op de arbeidsvoorwaarden en arbeidsomstandigheden waaronder zij hun werk doen. Uit de interviews blijkt dat werkgevers volgens respondenten best bereid zijn hierin mee te bewegen, maar dat zij zelf ook vaak niet weten wat hierin 'redelijk' is. Aanbieders moeten daarom wel zelf om hun rechten vragen.

Als het gaat om de arbeidsomstandigheden waaronder gewerkt wordt en het loon dat hiervoor betaald wordt, hebben de aanbieders hun wensen en maken deze bespreekbaar. Gaat het echter om de andere arbeidsvoorwaarden die de Regeling Dienstverlening aan Huis voorschrijft, zoals doorbetaling bij ziekte of vakantie, dan blijkt dat aanbieders deze slechts zelden opeisen. Dat heeft deels te maken met een kennislacune, maar ook met de bovenbeschreven houdingsbarrières. Hoe hardnekkig deze laatste zijn, blijkt wel uit het feit dat verschillende van de geïnterviewden bij een aantal adressen conform de Regeling Dienstverlening aan Huis werkt omdat de werkgever dat heeft aangeboden. Deze aanbieders kaarten deze rechten echter niet aan bij andere adressen, omdat zij desondanks niet het gevoel hebben hier recht op te hebben, bijvoorbeeld omdat zij zwart werken. Ook willen zij hun andere werkgevers niet met deze vragen 'lastigvallen', omdat eerder nu eenmaal andere afspraken zijn gemaakt.

11.4 Arbeidsvoorwaarden in de praktijk

Wat betekent dit alles voor de arbeidsvoorwaarden die aanbieders in de praktijk ontvangen? We gaan achtereenvolgens in op de hoogte van het loon, doorbetaling bij ziekte en vakantie en het ontvangen van vakantietoelage.

Ontvangen van minimumloon

Aanbieders van dienstverlening aan huis hebben conform de Regeling Dienstverlening aan huis recht op minimaal het wettelijk minimumloon (WML). Eerder bleek in het deel van dit rapport dat de vraagzijde beschrijft al dat zich in de gemiddelde uurlonen grote verschillen voordoen tussen de verschillende typen werkzaamheden. We zien dit in de interviews terug. Alle schoonmaakhulpen die we in het kader van dit onderzoek hebben gesproken krijgen een uurloon dat ruimschoots boven WML ligt. Uurlonen variëren van 12 tot 15 euro per uur. In één geval wordt 10 euro per uur betaald. De lonen van alfahulpen liggen in de regel met 12 tot 13 euro per uur iets lager, maar nog altijd ruim boven WML. Voor oppassen geldt dit echter vaak niet. Hun uurloon ligt beduidend lager, variërend van 3 tot maximaal 10 euro. Van de tien geïnterviewde oppassen ontvangen er bovendien maar drie op al hun adressen een uurloon van minimaal WML.

Voor een deel zijn deze lagere uurlonen te verklaren vanuit het feit dat er op de deelmarkt voor oppaswerk aan huis volgens respondenten minder vraag is dan aanbod, waardoor het voor oppassen moeilijker is om eisen te stellen dan voor schoonmakers. Deels komt dit ook doordat oppassen vaker tot het zorgende type behoren en daardoor minder eisen stellen aan wat ze verdienen.

Gwen (20 jaar), past 1,5 dag per week op: "Het is niet dat ik het geld niet nodig heb, dus ik zou eigenlijk misschien meer moeten vragen. Ik werk nu parttime vanwege dit oppaswerk en als ik dat niet zou doen en in mijn gewone baan fulltime zou gaan werken, zou ik meer verdienen. Maar ik vind het zó leuk om voor die kinderen te zorgen, dat ik het misschien ook nog wel gratis zou doen als ze me niet meer zouden kunnen betalen. Al zou ik dan wel op zoek gaan naar een ander adres. Dit is wel het minimum wat ik echt nodig heb."

De aanbieders die de enquête hebben ingevuld, verdienen gemiddeld €9,47 per uur. Daarmee ontvangt 61% een uurloon van minimaal WML, en 39% een uurloon dat hieronder ligt. In een enkel geval gaat het hierbij om zeer lage lonen van minder dan 5

euro per uur. Veruit het grootste deel van deze groep ontvangt een uurloon dat tussen de 5 en 9,46 per uur ligt.

Totstandkoming uurloon

Uit de interviews blijkt dat het vaststellen van dit uurloon meestal een kwestie is van vraag en/of aanbod. Vrijwel altijd hebben dienstverleners zelf een bepaalde minimumprijs in gedachten waarvoor zij dit werk willen doen. Voor zorgende types geldt vaak dat zij in elk geval 'er in elk geval iets aan over willen houden' en misschien nog iets extra's willen verdienen. Bijverdienende en professionele types vragen vaak rond wat anderen die dit werk ook uitvoeren verdienen om een redelijke richtprijs te kunnen bepalen. Als een werkgever hier met zijn aanbod overheen gaat, is dat 'mooi meegenomen'. Wanneer een werkgever hier met zijn aanbod onder blijft, wordt hierover onderhandeld. Vrijwel alle respondenten die we voor dit onderzoek hebben gesproken, bleken assertief genoeg om bij aanvang van de werkzaamheden te vragen om de prijs die zij in gedachten hadden. Wanneer de werkgever niet bereid is dit bedrag te betalen, gaan zij vaak op zoek naar een ander adres.

Rebecca (29 jaar), past 20 uur per week op: "een keer bood een gezin me €2,50 per uur om op drie kinderen te passen. En die man was piloot! Dat heb ik natuurlijk niet gedaan. Ik vind mijn werk leuk, maar ik wil er wel redelijk voor worden betaald."

Wel vinden veel respondenten het moeilijk om opnieuw op een al eerder vastgestelde prijs terug te komen. Dan geldt voor hen het principe: afspraak is afspraak. Dat betekent dat aanbieders soms jarenlang voor hetzelfde loon blijven werken, ook al liggen de prijzen in de markt inmiddels veel hoger. Bij nieuwe adressen vragen zij dan de nieuw geldende 'marktprijs', maar op bestaande adressen vinden zij het vaak 'not done' om hierover opnieuw te onderhandelen. Dat betekent dat aanbieders soms verschillende tarieven hanteren op verschillende adressen.

Joke (45 jaar), werkt 21 uur per week als schoonmaakster op zes verschillende adressen. "Ik heb 18 jaar geleden een advertentie gezet dat ik voor 10 euro per uur wilde schoonmaken. Dat leverde zes adressen op. Voor de meeste werk ik nu nog steeds. Nu ligt het loon eigenlijk op 15 euro per uur. Maar daar ga ik niet om vragen: we hebben die afspraak van 10 euro nu eenmaal gemaakt. Op één adres krijg ik nu wel meer. Ik klets altijd veel met die mensen. Ik vertelde toen, echt niet met opzet, dat ik hoorde dat andere schoonmakers 15 euro per uur krijgen, maar dat ik mijn vaste adressen nooit zou verlaten. Zij hebben toen mijn loon van 10 naar 13 euro verhoogd."

Uitzondering op dit algemene beeld zijn alfahulpverleners en gastouders die werken via een bemiddelingsorganisatie: voor hen wordt het uurloon door de bemiddelingsorganisatie bepaald en hierin is geen ruimte voor onderhandeling. Omdat het hier gaat om bruto-bedragen op de formele markt, houden zij vaak minder over dan schoonmakers en oppassen die op de informele markt 'zwart' werken.

Uit tabel 11.5 blijkt dat het uurloon van bijna de helft van de respondenten die de enquête hebben ingevuld werd bepaald door wat de werkgever wilde betalen. Voor bijna een kwart van de dienstverleners was dit wat de dienstverlener er zelf voor vroeg.

Tabel 11.5 Hoe is de uurprijs tot stand gekomen? (N=147)

| | % |
|---|-------|
| Dit is wat ik ervoor vraag | 23,8% |
| Dit is wat de persoon voor wie ik deze diensten uitvoer mij wil betalen | 49,7% |
| Dit is het gemiddelde van wat ik vroeg en de persoon voor wie ik werk wilde betalen | 8,2% |
| Dit is conform de richtlijnen die voor dit werk gelden | 12,2% |
| Dit is het wettelijk minimumloon | 1,4% |
| Anders | 4,8% |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Doorbetaling bij ziekte

Aanbieders hebben op grond van de Regeling Dienstverlening aan Huis daarnaast recht op doorbetaling bij ziekte. Veruit de meeste van de geïnterviewde aanbieders krijgen echter niets doorbetaald wanneer zij ziek zijn. Overigens vinden zij dit vaak niet meer dan normaal: het is voor de werkgever al vervelend genoeg dat het huis niet schoon is of er een andere oplossing moet worden gezocht voor het opvangen van de kinderen, zo is de redenering. Vaak worden hierover dan ook geen afspraken gemaakt: aanbieders verwachten bij ziekte geen doorbetaling van hun werkgevers en vinden ook niet dat ze dit kunnen verwachten. Alfahulpen die via een bemiddelingsorganisatie werken, worden bij ziekte vaak wel gedurende zes weken doorbetaald, al gebeurt dit niet altijd, bijvoorbeeld omdat er sprake blijkt van een OVO-constructie.

Ook onder aanbieders die de enquête hebben ingevuld, komt doorbetaling bij ziekte nauwelijks voor: 92% van deze respondenten wordt niet doorbetaald wanneer zij ziek zijn en 3% weet niet of dit zou gebeuren. Slechts in 5% van de gevallen wordt erbij ziekte wel doorbetaald, waarbij dit bij slechts 1 respondent gedurende minimaal zes weken gebeurt. Over het al dan niet doorbetalen bij ziekte zijn door 41% van de respondenten afspraken gemaakt met de werkgever.

Doorbetaling bij vakantie

Ook doorbetaling bij vakantie komt onder de geïnterviewden nauwelijks voor. En ook dit is niet iets dat door veel respondenten als een probleem wordt ervaren: gevoelsmatig zijn vakantiedagen voor hen al in de hoogte van het uurloon verdisconteerd. Bij alfahulpen die via een bemiddelingsorganisatie werken is dit vaak ook formeel zo geregeld.

Onder de respondenten van de enquête is dit beeld niet veel anders. Slechts 4,1% van deze aanbieders krijgt doorbetaald wanneer zij op vakantie zijn, 2% krijgt de vakantie deels doorbetaald en 4% weet dit niet. In 41% van de gevallen zijn hierover met de werkgever afspraken gemaakt.

Vakantietoeslag

Op grond van de Regeling Dienstverlening aan Huis hebben dienstverleners recht op een vakantietoeslag van 8%. Dit kan in de afgesproken uurprijs verrekend zijn of worden betaald als eenmalige storting. Uit de interviews blijkt dat er over deze vakantietoeslag door respondenten en hun werkgevers vrijwel nooit expliciete afspraken worden gemaakt. Wel houden de geïnterviewde aanbieders hier zelf in de onderhandeling over de uurprijs impliciet rekening mee. Zij hebben desgevraagd daarmee vaak wel het gevoel dat deze wettelijk verplichte vakantietoeslag in de

uurprijs is verrekend. Vaak ontvangen zij bovendien rond de feestdagen een extra 'bonus' of geldbedrag. Ook dat wordt door sommigen van hen als vakantietoeslag gezien, al wordt dit dan niet ervaren als een recht, maar als een gunst van de werkgever.

11.5 Beleving wet- en regelgeving: ervaring en behoefte

Geen plichten, geen rechten

Uit de voorgaande paragrafen blijkt dat de grootste groep respondenten uit zowel de enquête als uit de interviews niet voldoen aan hun formele plichten (aangifte inkomstenbelasting en eventueel het doorgeven van bijverdiensten aan de uitkeringsinstantie) en ook nauwelijks formele rechten als doorbetaling bij ziekte en vakantie ontvangt. Hoe ervaren zij deze situatie?

Uit de interviews blijkt dat de meeste van deze respondenten deze situatie als helder, duidelijk en positief ervaren: '*Je maakt afspraken aan het begin, dus je weet wat je kunt verwachten.*' Bovendien wordt het gebrek aan rechten in hun beleving 'beloond' met een hoger uurloon. Dat hebben de meeste geïnterviewden graag over voor minder zekerheid voor de langere termijn. Sterker nog: zij zouden deze keuze zelf ook bewust zo maken indien deze hen zou worden geboden. Bovendien is het voor veel respondenten ook een verademing om geen administratie te hoeven bijhouden.

Een minderheid die fulltime werkt en voor langere tijd dit werk wil blijven doen heeft wel behoefte aan rechten, maar dan vooral aan 'het hele pakket' aan arbeidsrechten die ook voor reguliere werknemers gelden. Deze groep ervaart in de huidige situatie wel een gemis, omdat zij iets willen opbouwen. Zaken die nu onder de Regeling Dienstverlening aan Huis zijn geregeld, zoals beperkte doorbetaling bij ziekte en vakantie, zijn daarbij een eerste stap, maar raken niet werkelijk de essentie van waar deze groep behoefte aan heeft. Het gaat hen in de eerste plaats om 'zekerheid voor de toekomst'. Daarbij denken zij vooral aan voorzieningen als pensioen en verzekeringen voor ziekte en arbeidsongeschiktheid. Zij weten vaak wel dat deze ook door hen zelf afgesloten kunnen worden, maar het algemene beeld is dat dit niet te betalen is. Daarbij schrikken zij terug voor de administratieve rompslomp die het zelf regelen met zich meebrengt. Vaak missen zij ook het overzicht om hierin goede keuzes te kunnen maken.

Geen plichten, wel rechten

Een kleinere groep geïnterviewden krijgt van een aantal werkgevers een deel van de rechten, zoals doorbetaling bij vakantie of ziekte, betaalt zelf geen belasting. Deze respondenten ervaren die situatie als 'luxe', omdat het referentiekader is: 'geen plichten, dus ook geen rechten'.

Wel plichten, wel rechten

Tot slot zien we in de interviews een groep die wel belasting betaalt, en vaak ook de arbeidsvoorwaarden zoals de Regeling Dienstverlening aan Huis die voorschrijft ontvangt. Desondanks zijn deze dienstverleners vaak ontevreden over hun rechtspositie. Ze hebben het gevoel dat ze veel moeten inleveren en er weinig voor terugkrijgen. Dit kan worden omschreven als een gevoel van 'onrecht' en 'uitbuiting'. Deze gevoelens richten zich niet zozeer op de werkgevers (van hen wordt niet verwacht dat zij deze extra kosten opbrengen), maar op de overheid of op de bemiddelingsorganisatie waarvoor zij werken.

Zeker de dienstverleners die dit werk ooit wel in loondienst hebben uitgevoerd, ervaren hun positie nu als zeer slecht. Dit kan verklaard worden vanuit het principe 'verliesaversie'³⁰. Toch stoppen deze dienstverleners niet met dit werk, omdat ze onzeker zijn over hun capaciteiten of omdat ze geen werk kunnen vinden dat echt leuker is. Een deel kan ook niet stoppen omdat de bijverdienste echt nodig is.

Behoeftte aan zekerheid

Onder aanbieders die de enquête hebben ingevuld, zien we een wisselend beeld als het gaat om hun behoefte aan zekerheid. Tabel 11.6 laat zien dat 31% van de respondenten het (heel) belangrijk vindt dat een verplichte verzekering voor ziekte of arbeidsongeschiktheid komt. Een even groot percentage vindt dit echter (helemaal) niet belangrijk.

Tabel 11.6 Hoe belangrijk vindt u een verplichte verzekering voor het geval u ziek wordt of arbeidsongeschikt raakt? (N=147)

| | % |
|-------------------|------|
| Heel belangrijk | 4,8 |
| Belangrijk | 25,9 |
| Neutraal | 38,1 |
| Niet belangrijk | 21,1 |
| Heel onbelangrijk | 10,2 |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

³⁰ WRR rapport *De menselijke beslisser*, W.L. Tiemeijer, 2009

12 Gevoeligheid van het aanbod

Dit hoofdstuk beschrijft de gevoeligheid van het aanbod van dienstverlening aan huis. Dat wil zeggen: wat gebeurt er met het aanbod van dienstverlening aan huis wanneer er beleidswijzigingen worden doorgevoerd waardoor de condities waaronder dienstverlening aan huis wordt aangeboden veranderen? In paragraaf 12.1 beschrijven we daartoe de factoren die de vraag beïnvloeden. Vervolgens gaan we in paragraaf 12.2 in op de mogelijke gevolgen van beleidswijzigingen.

12.1 Factoren die het aanbod beïnvloeden

Prijs

In hoofdstuk 9 is al beschreven dat het geld dat op de informele markt voor dienstverlening aan huis te verdienen valt, voor veel respondenten één van de belangrijkste drivers is om dit werk te gaan doen. Uit hoofdstuk 11 blijkt bovendien dat het merendeel van de geïnterviewden liever kiest voor een goed loon op korte termijn, dan voor meer rechtsbescherming voor de langere termijn. Slechts een klein deel van de geïnterviewden is bereid een deel van het loon in te leveren in ruil voor meer of betere arbeidsrechten. Wanneer de lonen toch dalen, zal dat tot gevolg hebben dat meer aanbieders zich op de informele markt zullen begeven en het werk 'zwart' gaan doen. Liever een goed loon dan goede rechtsbescherming, geldt voor de meeste respondenten.

Persoonlijke band en keuzevrijheid

Een belangrijke driver die maakt dat veel aanbieders dit werk blijven doen, is de persoonlijke band met de werkgever. Vrijwel alle geïnterviewde dienstverleners willen blijven werken op hun huidige adressen, omdat de persoonlijke band hét punt is wat hen motiveert voor dit werk. Dat betekent dat een scenario waarin zij wél meer of betere arbeidsrechten krijgen, maar niet meer voor hun huidige werkgevers kunnen blijven werken, voor hen niet aantrekkelijk is. Hetzelfde geldt voor een scenario van meer en betere arbeidsrechten, maar niet meer zelf de adressen waarop men werkt kunnen kiezen. In dat geval kiezen vrijwel alle respondenten ervoor de situatie te laten zoals deze nu is: liever geen of weinig rechten, dan de huidige adressen kwijtraken of niet meer zelf de werkgever kunnen kiezen.

Een scenario waarbij aanbieders verplicht worden om via een organisatie te werken, brengt volgens veel respondenten met zich mee dat zij hierin althans een deel van hun keuzevrijheid kwijtraken. De persoonlijke band met de huidige werkgevers en de vrijheid om zelf de eigen werkgevers te kiezen zijn voor veel aanbieders echter zo belangrijk, dat zij aangeven zich aan deze regel te zullen onttrekken. Dit scenario zou daarmee kunnen leiden tot een groei of instandhouding van de informele markt.

Laagdrempeligheid en administratieve lasten

Tot slot is ook de laagdrempeligheid en het gebrek aan administratieve lasten een belangrijke reden om voor dit werk te kiezen en het ook te blijven doen. Veel respondenten wijzen een scenario van meer en betere arbeidsrechten af, omdat zij bang zijn voor de administratieve rompslomp die hiermee gepaard gaat. Wanneer arbeidsrechten administratieve lasten zoals het invullen van formulieren of het onderhouden van contact met instanties met zich meebrengen, kiezen veel

respondenten ervoor om op de informele markt te (blijven) werken, ook als dat betekent dat zij daardoor minder arbeidsrechten hebben.

12.2 **Beleid en regelgeving**

Nieuwe regels, nieuwe omstandigheden?

Uit de voorgaande hoofdstukken is te concluderen dat geen van de geïnterviewde aanbieders op dit moment echt tevreden is met de huidige regelgeving onder de Regeling Dienstverlening aan Huis. Respondenten die zwart werken en zich dus niet aan hun plichten houden, verwachten in ruil hiervoor ook geen rechten. Zij verdiepen zich niet in hun rechten en zullen deze dan ook niet snel opeisen. Wanneer werkgevers deze rechten uit zichzelf aanbieden, is dat mooi meegenomen, maar het is niet iets dat door deze aanbieders echt wordt verwacht of geëist. Hen zegt de Regeling Dienstverlening aan Huis dan ook niet veel: zij hebben hier vaak geen mening over. Hetzelfde geldt voor eventuele 'nieuwe' regelgeving. Ook deze zal in hun beleving niet op hen van toepassing zijn.

Respondenten die wel belasting betalen en dus wit werken, zijn op hun beurt zelfs uitgesproken negatief over de Regeling. Zij verwachten in ruil voor het feit dat zij zich volledig aan de regels houden ook het volledige pakket aan arbeidsrechten (inclusief pensioen en werknemersverzekeringen) terug. Dat hiervoor door en voor hen geen premies worden betaald, zegt hen weinig. Dat moet de overheid of de bemiddelingsorganisatie waarvoor zij werken dan maar oplossen.

Niettemin is het ook voor deze laatste groep de vraag wat er zou gebeuren wanneer het huidige beleid dusdanig zou wijzigen dat dienstverleners aan huis meer arbeidsrechten krijgen. Verdere regulering wordt vooral als gunstig ervaren wanneer niet de werkgever en niet de dienstverlener maar de overheid de 'extra prijs' betaalt. Wanneer de werkgever moet betalen, is de verwachting dat de vraag naar werk zal dalen omdat het werk te duur wordt. Dit verslechtert de arbeidsomstandigheden omdat er minder werk is, en men dan niet zo makkelijk meer weg kan bij een 'slecht' adres. In dit geval zullen met name veel bijverdieners ervoor kiezen dit werk niet langer te doen. Wanneer de dienstverlener voor deze extra rechten betaalt door loon in te leveren blijft er in hun ogen 'niks van het loon over'. Ook dat kan een aanleiding zijn om met dit werk te stoppen, maar waarschijnlijker is dat ook deze 'witte' aanbieders zich dan op de informele markt zullen begeven.

Deel III: Confrontatie vraag en aanbod

13 Conclusie: vraag en aanbod verbonden

In dit hoofdstuk willen we bij twee vragen stilstaan. Ten eerste: wat kunnen we leren wanneer we de inzichten over de vraagkant van de markt naast de inzichten over de aanbodkant leggen? Ten tweede: welke invloed zou veranderde regelgeving kunnen hebben op de ontwikkeling van vraag en aanbod? We beantwoorden deze vragen door bij vier overkoepelende thema's stil te staan: (1) tekorten en overschotten op de markt; (2) gemak en vertrouwen; (3) transparantie; (4) de invloed van wet- en regelgeving.

13.1 Tekorten en overschotten op de markt

Op basis van dit onderzoek is het moeilijk om sluitende conclusies te trekken over mogelijke overschotten of tekorten op de markt. Daarvoor zou ook de (potentiële) aanbodkant kwantitatief in kaart moeten worden gebracht, de vraag is echter of dit überhaupt mogelijk is. Uit onze onderzoeksresultaten blijkt echter wel dat het voor het grootste deel van de afnemers niet moeilijk is geweest om een geschikte persoon te vinden om de diensten aan huis af te nemen. Circa 80% van de afnemers vond dit (zeer) gemakkelijk of was hier neutraal over. Daar staat tegenover dat er toch ook nog 20% is die het (zeer) moeilijk vond om een geschikte kandidaat te vinden. Dat is weliswaar een minderheid, maar niet te verwaarlozen. Uit de bevraging van voormalige afnemers van diensten aan huis bleek dat slechts een klein percentage (4%) diensten af zou gaan nemen wanneer het aanbod groter zou zijn. Voor hen lijkt een eventueel aanbodtekort dus geen belangrijke belemmering te zijn.

Het panelonderzoek geeft dus hoogstens aanleiding om kleine tekorten in de sector te veronderstellen – maar de bewijzen daarvoor zijn dun. Tijdens interviews met huishoudelijk hulpen bleek dat eigenlijk alle hulpen voldoende werk konden vinden. Daarbij was het wél vaak zo dat er toetredingsbarrières waren: het werven van klanten gaat vaak via via, en het duurt enkele jaren voordat het netwerk groot en actief genoeg is om een gevulde klantenportefeuille te waarborgen. Regelmatig bleek daardoor dat huishoudelijk hulpen de eerste paar jaar moeite hadden om veel en goede klanten te vinden, maar dat dit na verloop van tijd vaak ruimschoots lukte.

Bij oppassers ontstond overigens het tegenovergestelde beeld, namelijk dat er meer aanbod is dan vraag naar oppasdiensten. Deze indicatie dat de markt voor huishoudelijke hulpen krapper is dan die voor oppassers wordt gestaafd door de uitsplitsing van de enquêteresultaten naar deelmarkten: daaruit bleek al dat afnemers meer moeite hebben om schoonmaakhulpen te vinden dan oppassers of klussers aan huis en tuin.

13.2 Gemak en vertrouwen

Gemak

Dienstverlening aan huis is, wanneer het om niet-geïndiceerde diensten gaat, een gemaksdienst. Het gaat overwegend om klussen die men zelf uit zou kunnen voeren, maar die men liever uitbesteedt omdat dat tijd scheelt en andere mogelijkheden schept. Dat komt tot uitdrukking in de definitie die wel eens wordt gehanteerd voor dienstverlening aan huis: "activiteiten in en om het huis die iemand in principe zelf

kan uitvoeren maar die hij soms liever aan anderen overlaat of uitbesteedt.”³¹ Bij geïndiceerde hulp en zorg aan huis ligt dit anders: daar is het feit dat men zelf niet in staat is deze klussen uit te voeren het belangrijkste motief om diensten af te nemen.

De vraag naar diensten aan huis blijkt erg gevoelig voor veranderingen die afbreuk doen aan het gemak van de dienst. Afnemers geven aan veel sterker op toekomstige administratieve lasten (bv verplichte premieafdrachten of het verplicht bijhouden van een betalingsadministratie) te zullen reageren dan op een toekomstige prijsstijging. In het eerste geval geeft 41% van de afnemers aan de werkzaamheden in de toekomst (waarschijnlijk) niet meer uit te besteden, terwijl dat in het tweede geval voor slechts 25% geldt. Bovendien geeft in het eerste geval nog eens 25% van de afnemers aan de diensten weliswaar te zullen blijven uitbesteden, maar dit op de informele markt te gaan (of blijven) doen. Overigens geldt voor de potentiële markt, dus diegenen die in de toekomst misschien diensten aan huis af zouden nemen, dat de prijs het belangrijkste obstakel is: een aanzienlijk percentage zou diensten afnemen wanneer de prijs daalt.

Gemak is ook voor aanbieders van diensten aan huis een belangrijk begrip. Veel aanbieders vinden het prettig dat het proces van werving en selectie gemakkelijk verloopt. Ze ervaren daarin een gevoel van vrijheid flexibiliteit. Deze flexibiliteit heeft natuurlijk ook keerzijden, bijvoorbeeld omdat het ten koste gaat van inkomenszekerheid. Of flexibiliteit als positief of negatief wordt ervaren verschilt per persoon, maar over het algemeen kan gezegd worden dat “professionele fulltimers” meer gericht zijn op zekerheid en dat de “bijverdieners” en “zorgenden” juist de flexibiliteit meer waarderen.

Gemak als centrale factor is hiermee één van de onderscheidende kenmerken van de markt voor dienstverlening aan huis. Wanneer beleidswijzigingen de sector minder “gemakkelijk” maken zal dit naar verwachting ofwel stevige gevolgen hebben voor de omvang van de vraag en het aanbod, óf het zal leiden tot een verdere verschuiving naar de informele markt.

Vertrouwen

Vertrouwen is een ander centraal begrip dat vraag en aanbod van diensten aan huis met elkaar verbindt. Afnemers laten een dienstverlener toe in hun privé-omgeving. Regelmatig krijgt een huishoudelijke hulp een sleutel van het huis. Dit maakt de afnemer afhankelijk van de dienstverlener. Ook bij oppassen is dit natuurlijk het geval: de dienstverlener heeft met de zorg en verantwoordelijkheid voor de kinderen een belangrijke taak toevertrouwd gekregen. Aan de andere kant kan het geïsoleerde karakter van het werk – er wordt immers bij particulieren thuis gewerkt – de hulp kwetsbaarder voor misbruik.³² Kortom: er is een wederzijdse afhankelijkheid tussen aanbieder en afnemer. Idealiter is deze afhankelijkheid met elkaar in evenwicht. Wanneer de machtsbalans doorslaat ontstaat een vruchtbare grond voor misbruik en uitbuiting – waarbij overigens zowel afnemer als aanbieder slachtoffer kan zijn. Vele factoren zijn van invloed op deze machtsbalans, waaronder de mate waarin de afnemer de dienstverlening ‘nodig’ heeft, de financiële noodzaak voor de aanbieder, het feit of de aanbieder voldoende adressen heeft, of de aanbieder de taal spreekt en zijn rechten kent, of de aanbieder een verblijfsstatus heeft, etc.

³¹ Zie: P. van Nes, “De markt voor persoonlijke dienstverlening”, (SEOR 2004), blz. 2. Deze definitie was toen overigens van toepassing op de term “persoonlijke dienstverlening”.

³² Dit is in interviews voor dit onderzoek niet direct naar voren gekomen, maar is bekend uit bestaande literatuur.

In deze wederzijdse afhankelijkheid tussen afnemer en aanbieder speelt vertrouwen een belangrijke rol. Dit komt onder andere tot uitdrukking in de voorkeur van afnemers voor "warme" wervingskanalen: het liefst werven ze via vrienden of kennissen en winnen ze referenties in van eerdere opdrachtgevers. Bovendien is de betrouwbaarheid van de aanbieder voor ruim 40% van de afnemers het belangrijkste selectiecriteria, terwijl andere "warme criteria", zoals een "goede klik" en "goede referenties", in totaal voor nog eens 34% de belangrijkste criteria waren. Andere factoren, zoals de prijs of de kwaliteit van het werk, blijken veel minder belangrijk bij het selecteren van de juiste hulp. Kortom: verreweg het grootste deel van de afnemers selecteert de dienstverlener op basis van warme criteria, waarbij vertrouwen een grote rol speelt. Voor aanbieders speelt deze behoefte aan vertrouwen en vertrouwdheid niet minder: de persoonlijke klik met de werkgever is voor hen vaak één van de belangrijkste drijfveren om dit werk te blijven doen. Omgekeerd is een gebrek aan persoonlijke klik (zich door de werkgever niet als mens gezien voelen) vaak een reden om niet langer op een bepaald adres te willen werken.

13.3 Transparantie

Wat zegt dit over de transparantie van de markt? Simpel gezegd is een markt transparant wanneer er voor aanbieders en afnemers veel kennis beschikbaar is over de prijs van diensten, de aard van beschikbare diensten en de manier om diensten af te nemen (locatie). Vanuit dit licht bezien is de markt voor diensten aan huis vrij intransparant vergeleken met andere markten.

De onderzoeksresultaten wijzen er echter op dat dit gebrek aan transparantie over het algemeen niet als een probleem wordt ervaren. Over het algemeen weten huishoudens de juiste hulp wel te vinden, en omgekeerd weten de hulpen ook voldoende huishoudens te vinden. Eén uitzondering daarbij zijn de nieuwe fulltime aanbieders, voor wie de ondoorzichtigheid van de markt wél een probleem lijkt te vormen: zij moeten meestal enkele jaren investeren in het opbouwen van een netwerk voordat zij voldoende opdrachtgevers hebben gevonden om fulltime te werken.

13.4 De invloed van wet- en regelgeving: naleving, bescherming, respect

Een belangrijk resultaat van het onderzoek betreft de invloed van wet- en regelgeving. Uit de enquête bleek dat slechts een zeer klein deel van de afnemers van diensten (5%) goed op de hoogte is van de geldende wet- en regelgeving. Ruim de helft zegt het (zeer) belangrijk te vinden om zich aan de regels te houden, maar uiteindelijk houdt slechts 3,2% zich ook aan alle regels. De vraag is dus hoe belangrijk de wet- en regelgeving daadwerkelijk is. In ieder geval wordt duidelijk dat het geen bepalende factor is.

Aan de aanbodkant is het niet per se anders gesteld met de kennis en houding ten opzichte van wet- en regelgeving, hoewel een nuance daar wel op zijn plaats is. Tijdens interviews werd duidelijk dat de regeling dienstverlening aan huis onder aanbieders amper bekend is. Opvallend was dat in veel gevallen ook geen prijs werd gesteld op betere rechtsbescherming. Dit gold vooral voor de "zorgenden" en in minder mate voor de "bijverdieners": in veel gevallen waardeerden zij de vrijheid die men associeerde met de informele arbeid meer dan de verbeterde rechtspositie die men associeerde met minder vrijheid en flexibiliteit. Voor de "professionals" ligt dit anders: over het algemeen wilden zij graag een deel van hun flexibiliteit opgeven in

ruil voor een verbeterde rechtspositie. Daarbij moet worden gezegd dat een groot deel van de “professionals” die voor dit onderzoek zijn geïnterviewd bestond uit ongedocumenteerde migranten. Voor hen heeft een betere rechtsbescherming naast een juridische, vooral ook een symbolische betekenis: het betekent erkenning en respect in een situatie waarin deze respondenten – doordat zij geen verblijfsstatus hebben – ook in bredere zin dan alleen werk weinig erkenning ervaren. Het is de vraag of verbeterde bescherming van de rechten van dienstverleners aan huis zal resulteren in een betere rechtsbescherming van deze specifieke doelgroep. Voor alle typen dienstverleners geldt bovendien dat rechtsbescherming alleen interessant is wanneer hier door de dienstverlener zelf en voor zijn werkgevers geen (financiële) prijs voor betaald hoeft te worden. Enkele uitzonderingen daargelaten geldt voor hen vaak: liever goed geld verdienen op korte termijn, dan meer zekerheid voor de lange termijn.

In deze bijlage worden de volgende onderwerpen besproken:

- vragenlijstconstructie;
- veldwerkverantwoording;
- validiteit van de uitkomsten;
- representativiteit van de steekproef;
- betrouwbaarheid.

Vragenlijstconstructie

De afgenomen vragenlijst bestaat uit 11 blokken. Respondenten die nu geen gebruikmaken van huishoudelijke werkzaamheden gingen door naar de vraag of men in het verleden gebruik heeft gemaakt van huishoudelijke dienstverlening. Gaf men hierop weer een ontkennende antwoord dan ging men door naar de vraag of ze zelf nu of in het verleden huishoudelijke diensten hebben verricht. Bij een derde ontkennend antwoord ging men door naar de laatste twee vragen van de vragenlijst over de huishoudenssamenstelling en over het totale bruto jaarinkomen van het huishouden.

Naast deze groep zijn nog vier andere groepen te onderscheiden:

- Respondenten die aangaven nu iemand in dienst te hebben (groep 1 in de onderstaande tabel).
- Respondenten die aangaven wel in het verleden gebruik te hebben gemaakt van huishoudelijke dienstverlening (groep 2).
- Respondent die aangaven nu tegen betaling huishoudelijke werkzaamheden bij iemand anders in huis te verrichten (groep 3).³³
- En respondent die aangaven in het verleden tegen betaling huishoudelijke werkzaamheden bij iemand anders in huis te hebben verricht (groep 4).

Respondenten die aangaven momenteel één of meerdere personen regelmatig tegen betaling in huis te hebben voor het verrichten van huishoudelijke werkzaamheden, konden zeven verschillende huishoudelijke werkzaamheden opgeven. In het vervolg van de vragenlijst is steeds gewerkt met één activiteit. Hierbij is het volgende principe gehanteerd:

- Wanneer men één activiteit vermeldde is hiermee verder gewerkt.
- Wanneer men twee activiteiten vermeldde - waarvan schoonmaken van de woning er een van was – dan is met de andere activiteit doorgedaan³⁴.
- Wanneer men naast het schoonmaken van de woning meerdere activiteiten had dan is uiteindelijk doorgedaan met die activiteit waaraan de meeste uren worden besteed.

In de vragenlijst werd de respondent op verschillende plaatsen herinnerd aan het feit dat de vragen over de geselecteerde activiteit gingen. Bij de vragen over de aanbodzijde is dezelfde systematiek verricht. In tabel B1.1 is een en ander samengevat.

³³ Alleen voor respondenten die aangaven geen gebruik te maken van dienstverlening aan huis en dit in het verleden ook nooit hebben gedaan.

³⁴ Deze keuze is gemaakt omdat op voorhand werd ingeschat dat anders het gros van de respondenten met deze activiteit door zou gaan.

Tabel B1.1 Verschillende groepen respondenten (n=14.413)

| Groep 0 | Groep 1 | Groep 2 | Groep 3 | Groep 4 |
|----------|---------|----------|---------|---------|
| n=7.846 | n=3.079 | n=1.468 | n=592 | n=1.428 |
| 54% | 21% | 10% | 4% | 10% |
| t=1.22 | t=7.22 | t=2.29 | t=3.14 | t=1.48 |
| Groep 1* | | Groep 3* | | |
| n=2.288 | | n=207 | | |
| 16% | | 1% | | |

*) gecorrigeerd voor 'in loondienst' en 'eigen bedrijf'

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

De groep respondenten die overal nee op hebben geantwoord (groep 0) was gemiddeld in 1 minuut 22 klaar. Het ging om 7.846 respondenten (54% van de steekproef). De groep respondenten die momenteel een of meerdere personen in dienst hebben (groep 1) omvat 21% van de steekproef en deed gemiddeld het langste over de vragenlijst (bijna 7 en een halve minuut). Overigens bevat deze groep ook respondenten die mensen in dienst hebben die in loondienst zijn van een organisatie of die werken vanuit een eigen bedrijf. Omdat deze niet onder de regeling van huishoudelijke dienstverlening vallen, is hiervoor gecorrigeerd. De gecorrigeerde groep 1 bestaat uit 2.288 respondenten.

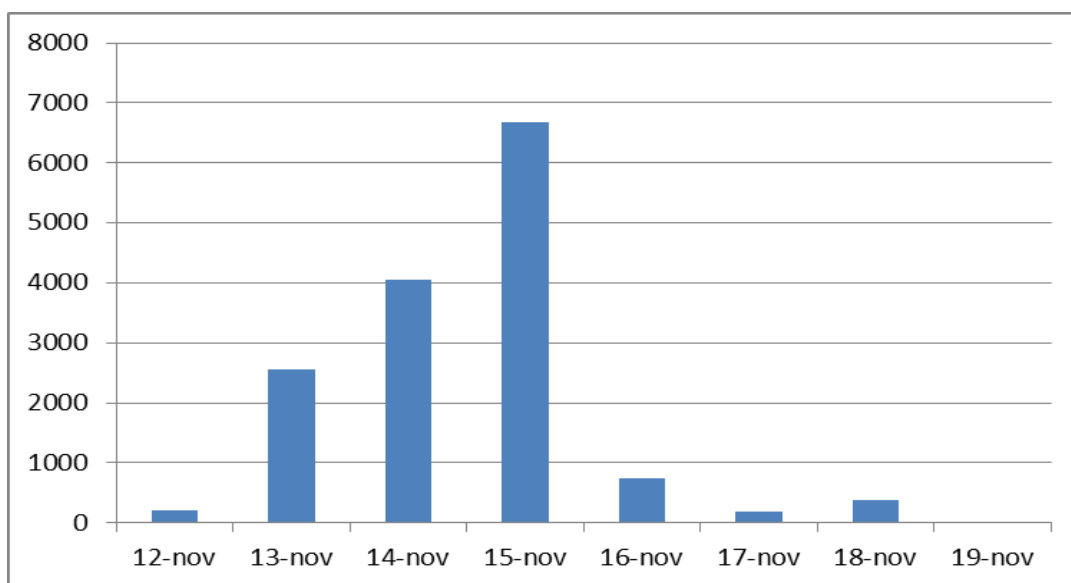
Ook de leden van groep 3 – die momenteel diensten aanbieden – bevatten respondenten die deze werkzaamheden verrichten vanuit loondienst of vanuit hun eigen bedrijf. De gecorrigeerde groep 3 bestaat uit 207 respondenten.

Veldwerkverantwoording

De vragenlijst is door Panteia geprogrammeerd en aangeboden aan PanelClix. Sinds 1999 beheert PanelClix het grootste, meest diverse online consumentenpanel van Nederland. Momenteel bestaat het panel van PanelClix uit 150.000 burgers, verdeeld over alle opleidingstypen, leeftijden en regio's. Omdat de leden meermalen expliciet hebben aangegeven graag mee te willen werken aan online onderzoek, zijn de responspercentages hoog. PanelClix werkt als vaste partner voor een groot aantal onderzoeksbureaus en instellingen. PanelClix is lid van diverse organisaties (MOA, Esomar, EMMA) en volgt alle gedragsregels en kwaliteitsprocedures zoals die zijn opgesteld. Tevens voert PanelClix zelf ook proactief onderzoek uit, samen met bureaus en instellingen, naar de kwaliteit, representativiteit en (non)respons van de verschillende dataverzamelmethode.

Op dinsdag 12 november is de vragenlijst aangeboden bij PanelClix. Dezelfde dag is een zogenaamde *soft launch* gestart om te kijken of de vragenlijst loopt zoals bedoeld. Op woensdag 13 november tot en met dinsdag 19 november zijn zo'n 79.000 respondenten uitgenodigd om deel te nemen aan de vragenlijst. Dit resulteerde in een respons van ca. 25.000. Van deze ca. 25.000 waren er 9.628 respondenten die niet konden deelnemen omdat de betreffende quota vol waren. Uiteindelijk hebben 14.810 van de beoogde 15.000 respondenten de vragenlijst ingevuld. Omwille van een snelle analyse zijn op maandagochtend 18 november de gegevens van 14.413 respondenten in een dataset gezet. De overige respondenten die op maandag en dinsdag de vragenlijst hebben ingevuld zijn uiteindelijk niet in de resultaten van dit rapport betrokken (n=397). In figuur B1.1 is het responsverloop weergegeven.

Figuur B1.1 Responsverloop



Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Uiteindelijk voldeden 44 respondenten niet aan de vooraf gesteld criteria (leeftijd boven de 18 jaar) en hebben 1.377 respondenten de vragenlijst niet afgemaakt.

Validiteit

De waarde van een survey-onderzoek hangt in belangrijke mate af van hoe het onderzoek scoort op het methodologische criterium validiteit. Valide steekproefuitkomsten vormen als het ware "the proof of the pudding". Met andere woorden, de uitkomsten dienen een goede afspiegeling van de werkelijkheid te vormen. Om de validiteit van de resultaten te kunnen vaststellen, moeten externe cijfers beschikbaar zijn die – zonder twijfel – deze werkelijkheid vertegenwoordigen.

Om een voorbeeld te geven, in de vragenlijst wordt de vraag gesteld: "Maakt u gebruik van iemand die regelmatig, tegen betaling, voor u huishoudelijke werkzaamheden verricht?" Omdat het hier om een steekproefuitkomst gaat, zal het antwoord in de vorm van een betrouwbaarheidsinterval gegeven moeten worden. Wanneer de validiteit van dit interval getoetst wordt, zal informatie beschikbaar moeten zijn van alle huishoudens in Nederland. En wanneer de uitkomst van dit externe cijfer zich binnen het berekende betrouwbaarheidsinterval bevindt, kan gesproken worden over valide uitkomsten.

Veelal zijn dit soort externe cijfers niet voor handen. Het survey-onderzoek wordt juist uitgevoerd om hier inzicht te krijgen. In dit soort situaties wordt overgegaan naar een mildere vorm van validiteitstoetsing: het verifiëren van verschillende interne verbanden die theoretisch verwacht mogen worden³⁵. Bijvoorbeeld, gezinnen met minder tijd of meer inkomen maken vaker gebruik van huishoudelijke dienstverlening.

³⁵ Idealiter is een theorie beschikbaar waaruit hypothesen kunnen worden afgeleid die binnen het survey-onderzoek kunnen worden getoetst.

In de vragenlijst zijn verschillende vragen gesteld die gebruikt kunnen worden om de interne validiteit van de steekproefuitkomsten vast te stellen:

- de huishoudenssamenstelling;
- het bruto jaarinkomen van het huishouden;
- de leeftijd van de respondent;
- de opleiding van de respondent.

Analyses laten zien dat impliciete verwachtingen ook uitkomen. Zo is de relatie tussen het bruto jaarinkomen en het gebruik maken van huishoudelijke dienstverlening duidelijk positief (statistisch significant) en heeft ook de genoten opleiding een positief verband. De leeftijd van de respondent laat geen significant verband zien, wat op zich niet raar is omdat de huishoudelijke werkzaamheden zich uitstrekken van alfhulp tot het schoonmaken van de woning.

Representativiteit

Wanneer het moeilijk is om – direct - de validiteit van de steekproefuitkomsten te toetsten, is het belangrijk dat kan worden aangetoond dat de samenstelling van de steekproef representatief is voor de populatie. Met andere woorden, de respondenten mogen geen selectief deel van de populatie vormen, waardoor de uitkomsten vertekend worden.

In dit onderzoek is de steekproef representatief *gemaakt* naar geslacht, leeftijd en opleiding. Hiervoor is gebruik gemaakt van de gouden standaard van MOA. Dit is een uniek ijkingsinstrument voor nationale en regionale steekproeven dat samen met het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) is ontwikkeld. Met de komst van de Gouden Standaard wordt er in hele branche gebruik gemaakt van dezelfde ijkingsdata voor representatief steekproefonderzoek. Keurmerkbureaus van de MOA, die kwantitatief consumenten onderzoek uitvoeren, zijn verplicht gebruik te maken van dit ijkingsinstrument.

In tabel B1.2 is de verdeling over de drie achtergrondvariabelen voor de Nederlandse bevolking (op basis van de gouden standaard) en voor de steekproef (n=14.413) weergegeven. In de laatste kolom staan de berekende weegfactoren weergegeven. Te zien is dat er drie weegfactoren zijn die boven de 1,5 uitkomen. Het gaat om jonge mannen en vrouwen met een lage opleiding.

Besloten is om de dataset niet te herwegen op deze drie achtergrondvariabelen omdat (a) de verschillen op de gehele steekproef gezien relatief klein zijn, en (b) omdat bij nadere analyse bleek dat het percentage jonge mannen en vrouwen met een lage opleiding slechts 3,4% van de totale steekproef uitmaken.

Tabel B1.2 Representativiteit

| <i>Quota</i> | <i>Gouden standaard</i> | <i>Steekproef (n=14.413)</i> | <i>Weegfactoren</i> |
|---------------------------------------|-------------------------|----------------------------------|---------------------|
| 1 man; 18-24jaar; opleiding-hoog | ,4% | ,4% | 1,0 |
| 2 man; 18-24jaar; opleiding-midden | 2,8% | 2,4% | 1,1 |
| 3 man; 18-24jaar; opleiding-laag | 2,4% | 1,4% | 1,7 |
| 4 man; 25-34jaar; opleiding-hoog | 2,7% | 2,8% | 1,0 |
| 5 man; 25-34jaar; opleiding-midden | 3,4% | 3,3% | 1,0 |
| 6 man; 25-34jaar; opleiding-laag | 1,6% | 1,0% | 1,6 |
| 7 man; 35-49jaar; opleiding-hoog | 4,8% | 5,0% | 1,0 |
| 8 man; 35-49jaar; opleiding-midden | 6,1% | 6,4% | 1,0 |
| 9 man; 35-49jaar; opleiding-laag | 3,7% | 3,8% | 1,0 |
| 10 man; 50-64jaar; opleiding-hoog | 4,1% | 4,3% | 1,0 |
| 11 man; 50-64jaar; opleiding-midden | 5,0% | 5,3% | 0,9 |
| 12 man; 50-64jaar; opleiding-laag | 3,8% | 3,9% | 1,0 |
| 13 man; 65+jaar; opleiding-hoog | 1,8% | 1,9% | 1,0 |
| 14 man; 65+jaar; opleiding-midden | 3,0% | 3,2% | 0,9 |
| 15 man; 65+jaar; opleiding-laag | 3,5% | 3,7% | 0,9 |
| 16 vrouw; 18-24jaar; opleiding-hoog | ,6% | ,6% | 1,0 |
| 17 vrouw; 18-24jaar; opleiding-midden | 3,0% | 3,1% | 1,0 |
| 18 vrouw; 18-24jaar; opleiding-laag | 1,8% | 1,0% | 1,8 |
| 19 vrouw; 25-34jaar; opleiding-hoog | 3,2% | 3,4% | 1,0 |
| 20 vrouw; 25-34jaar; opleiding-midden | 3,3% | 3,3% | 1,0 |
| 21 vrouw; 25-34jaar; opleiding-laag | 1,2% | 1,0% | 1,2 |
| 22 vrouw; 35-49jaar; opleiding-hoog | 4,3% | 4,3% | 1,0 |
| 23 vrouw; 35-49jaar; opleiding-midden | 6,5% | 6,8% | 1,0 |
| 24 vrouw; 35-49jaar; opleiding-laag | 3,6% | 3,7% | 1,0 |
| 25 vrouw; 50-64jaar; opleiding-hoog | 2,8% | 2,9% | 1,0 |
| 26 vrouw; 50-64jaar; opleiding-midden | 4,5% | 4,7% | 1,0 |
| 27 vrouw; 50-64jaar; opleiding-laag | 5,6% | 5,6% | 1,0 |
| 28 vrouw; 65+jaar; opleiding-hoog | 1,1% | 1,1% | 1,0 |
| 29 vrouw; 65+jaar; opleiding-midden | 2,4% | 2,5% | 0,9 |
| 30 vrouw; 65+jaar; opleiding-laag | 7,0% | 7,2% | 1,0 |
| Totaal | 100% | 100% | 1 |

Bron: Panteia-enquête dienstverlening aan huis, november 2013

Betrouwbaarheid

De uitkomsten van het onderzoek zijn steekproefuitkomsten. Dit houdt in dat er sprake is van een zekere mate van onnauwkeurigheid. De onnauwkeurigheid van steekproefuitkomsten hangt in grote mate af van de omvang van de steekproef. De stelregel is: hoe groter, hoe nauwkeuriger. Ze hangt ook af van het gewenste betrouwbaarheidsniveau waarop de uitspraken worden gedaan. De stelregel is: hoe

betrouwbaarder, hoe onnauwkeuriger. Tot slot hangt ze ook af van de gegeven antwoorden in de steekproef. De stelregel is: hoe minder variatie, hoe nauwkeuriger³⁶.

Voor *metrische variabelen*, waarbij een gemiddelde kan worden berekend, zoals het uurloon of het maandinkomen, kan de onnauwkeurigheid als volgt berekend worden:

- het rekenkundig gemiddelde $\pm 1,96 \times (\text{standaardfout}/\sqrt{n})$

In de onderstaande tabel zijn de uitkomsten vermeld van het gemiddelde uurloon. Met behulp van de bovenstaande formule kan gemakkelijk het 95% betrouwbaarheidsinterval berekend worden³⁷.

| | Gemiddeld | Std. Error of Mean | N |
|---|-----------|--------------------|------|
| uw huishoudelijk hulp vanwege zorgindicatie | 8,5 | 0,529 | 96 |
| uw zorg aan huis | 9,7 | 0,725 | 65 |
| uw schoonmaakhulp | 10,5 | 0,131 | 639 |
| uw hulp bij klussen | 11,8 | 0,332 | 353 |
| uw oppas aan huis / gastouder | 6,2 | 0,261 | 189 |
| andere werkzaamheden | 9,3 | 0,518 | 64 |
| Total | 10,1 | 0,13 | 1406 |

Voor *nominale en ordinale variabelen*, waarbij alleen percentages van de uitkomsten gegeven worden, zoals het in dienst hebben van een of meerdere kan de onnauwkeurigheid als volgt berekend worden:

- het rekenkundig gemiddelde $\pm 1,96 \times ((P*(1-P))/\sqrt{n})$

In de onderstaande tabel zijn de uitkomsten vermeld van het aantal huishoudens in de steekproef die aangaven van een bepaalde soort huishoudelijke dienstverlening gebruik te maken. het gemiddelde uurloon. Met behulp van de bovenstaande formule kan gemakkelijk het 95% betrouwbaarheidsinterval berekend worden.

| | Aandeel | N | 95% interval |
|---|---------|-------|--------------|
| Huishoudelijke hulp vanwege een zorgindicatie | 2,3% | 330 | 2,1%-2,6% |
| Zorg aan huis | 1,7% | 241 | 1,6%-2,0% |
| Schoonmaken van de woning | 11,3% | 1626 | 11,5%-12,5% |
| Klussen in en om het huis | 5,4% | 774 | 5,6%-6,4% |
| Oppas aan huis | 2,5% | 367 | 2,3%-2,8% |
| Gastouder aan huis | 0,5% | 70 | 0,4%-0,6% |
| Andere huishoudelijke werkzaamheden | 1,0% | 144 | 0,9%-1,2% |
| Totaal | 15,9% | 2.288 | 16,9%-18,1% |

³⁶ De omvang van de variatie heeft te maken met de percentages voor- en tegenstanders. Wanneer 50% voor is en 50% tegen, is de maximale variatie bereikt en is de onnauwkeurigheid het grootst.

³⁷ Wanneer we spreken over een betrouwbaarheidsniveau van 95% betekent dit niet dat er 95% kans is dat het populatiegemiddelde in het interval ligt. Immers: dit gemiddelde ligt er in of ligt er niet in, een van beide. De juiste betekenis is dat we bij veelvuldige herhaling van het onderzoek, met steeds nieuwe steekproeven uit dezelfde populatie in 95% van de berekende betrouwbaarheidsintervallen het populatiegemiddelde zit.

Bijlage 2 **Omvang van de markt (vraagzijde)**

Aan het internetonderzoek hebben 14.413 respondenten deelgenomen. 3.079 hiervan (21,4%) gaven aan dat ze regelmatig gebruik maakten van iemand die, tegen betaling, voor hen huishoudelijke werkzaamheden verrichtten.³⁸ Uitgaande van 7.569.000 huishoudens in Nederland in 2013 (CBS), komt dit neer op 1.616.940 huishoudens.

Omdat de Regeling dienstverlening aan huis niet geldt voor dienstverleners die in loondienst werken of het werk verrichten in het kader van hun eigen bedrijf moest, voor het bepalen van de juiste marktomvang, deze groep dienstverleners afgebakend en verwijderd worden. De afbakening geschiedde door in de vragenlijst aan de respondent te vragen hoe de betreffende persoon de activiteit uitvoerde: in loondienst, als zzp-er, via een bemiddelingsbureau of rechtstreeks.

Voor de huishoudens die slechts één dienst afnamen – 2.105 huishoudens -, is er sprake van een simpele aftreksom. 556 hiervan hadden een dienstverlener in dienst die in loondienst werkzaam was en 225 respondenten gaven aan dat hun dienstverlener vanuit een eigen bedrijf werkzaam was. Met andere woorden, 1.324 huishoudens bleven over die onder de regeling vielen (dit correspondeert met 695.300 huishoudens).

Voor de huishoudens die meerdere diensten afnamen – 974 huishoudens -, is de rekensom gecompliceerder van aard. Dit komt omdat we slechts van één van die diensten weten of ze wel of niet onder de regeling vallen.³⁹ Van de diensten die niet in de vragenlijst 'terecht' kwamen, is verder niets bekend.

Om dubbeltellingen te voorkomen – een huishouden kan namelijk twee diensten afnemen die wel onder de regeling vallen en één dienst die niet onder de regeling valt en dus zowel onder als buiten de regeling vallen – is op basis van de bovenstaande informatie (26,4% werkzaam in loondienst en 10,7% werkzaam voor een eigen bedrijf) een schatting gemaakt van het aantal huishoudens met meerdere diensten die onder de regeling valt. 257 van de 974 huishoudens hebben volgens deze berekeningswijze een dienstverlener in dienst die in loondienst werkzaam is en 104 huishoudens hebben een dienstverlener die vanuit een eigen bedrijf werkzaam is. Met andere woorden, op basis van deze berekening blijven er 613 'fictieve' huishoudens over die onder de regeling vallen (dit correspondeert met 321.918 huishoudens). Voortbordurend: deze berekening leidt tot een steekroefgemiddelde van 13,4% van de huishoudens in Nederland die onder de Regeling dienstverlening aan huis valt. De foutenmarge beperkt zich tot 0,6%. Met andere woorden, met een betrouwbaarheid van 95% zal het percentage huishoudens dat gebruik maken van een dienstverlener in de populatie liggen tussen de 12,8% en 14%. Voor de duidelijkheid: volgens deze

³⁸ De foutenmarge beperkt zich tot 0,7%. Met andere woorden, met een betrouwbaarheid van 95% zal het percentage huishoudens die gebruik maken van een dienstverlener in de populatie liggen tussen de 20,7% en 22,1%.

³⁹ De vragenlijst was zo geconstrueerd dat huishoudens die meerdere diensten afnamen, slechts met één van deze diensten de vragenlijst 'in gingen' om gedetailleerde informatie over die dienst te geven. Dit is gebeurd om niet te veel vragen aan de respondent te hoeven stellen (leidt tot verveling en onnauwkeurigheid). Dus een respondent die aangaf dat zijn huishouden regelmatig zowel van een klusser als een oppas aan huis gebruik maakte, werd gevraagd om de vragen in de rest van de vragenlijst te beantwoorden voor die dienst waar de meeste uren aan werden besteed (en wanneer dit identiek was, voor die dienst waar het meeste aan werd uitgegeven).

berekening valt een huishouden met meerdere diensten wel of niet onder de Rekening. Er zijn geen dubbeltellingen mogelijk.

Een andere manier van kijken is de volgende. Wanneer een huishouden meerdere diensten afneemt, waarvan er één die onder de Regeling valt (met andere woorden, het huishouden betaalt die dienst zelf zonder tussenkomst van een bemiddelaar) en andere diensten die niet onder de Regeling vallen, dan valt dit huishouden toch onder de Regeling. Pas wanneer *alle* afgenomen diensten in loondienst of als zzp-er worden verricht dan valt dit huishouden niet onder de Regeling. Zoals eerder vermeld geeft het onderzoek hierover geen informatie.

Wel kan op basis van deze manier van denken een boven- en ondergrens worden vastgesteld van het aantal huishoudens dat onder de Regeling valt. Als *bovengrens* geldt dat naast de 1.324 huishoudens met één dienst, alle 974 huishoudens die meerdere diensten afnemen onder de regeling vallen (in totaal 2.298 huishoudens, corresponderend met 15,9% van de steekproef; een foutenmarge van 0,6%). Als *ondergrens* geldt dan dat naast de 1.324 huishoudens met één dienst, geen huishouden die meerdere diensten afnemen onder de regeling valt (1.324 huishoudens, corresponderend met 9,2% van de steekproef; een foutenmarge van 0,5%)

Resumerend:

- Op basis van de eerste berekening zal het percentage huishoudens dat gebruik maakt van een dienstverlener die onder de Regeling valt in de populatie liggen tussen de 12,8% en 14%.
- Op basis van de tweede berekening zal het percentage huishoudens dat gebruik maakt van een dienstverlener die onder de Regeling valt in de populatie liggen tussen de 8,7% en 16,5%.

Regulering van de markt voor dienstverlening aan huis: enkele voorbeelden uit omliggende landen

De markt voor dienstverlening aan huis in omliggende landen is strikt genomen geen onderwerp van dit rapport. Toch is het interessant om kort te kijken naar ervaringen elders, omdat dit de bevindingen over de Nederlandse markt in perspectief kan plaatsen. In deze bijlage zal kort worden stilgestaan op reguleringen uit België, Frankrijk, Duitsland en Zweden. Daarbij is gebruik gemaakt van een rapport van SEOR uit 2004. De bevindingen uit dat rapport zijn zoveel mogelijk geactualiseerd door een internetsearch uit te voeren. Het is evenwel goed om te realiseren dat deze paragraaf voornamelijk ter inspiratie dient, en niet als zelfstandig referentiepunt gebruikt kan worden. Voor een goede beoordeling van de reguleringen in omliggende landen is uitgebreider onderzoek nodig.

De reguleringen in omliggende landen hebben veelal als doel om de zwarte markt voor dienstverlening aan huis te "witten". Omdat het implementeren van de ILO Conventie 189 waarschijnlijk gepaard zal moeten gaan met het verder formaliseren van de markt voor dienstverlening aan huis⁴⁰, is het interessant nog even een korte blik te werpen op de reguleringen in omliggende landen en de inzichten die deze opleveren met betrekking tot de markt voor dienstverlening aan huis.

België

De Belgische Plaatselijke Werkgelegenheidsagentschappen (PWA) zijn enerzijds bedoeld om werklozen te laten bijverdienen in de dienstverlening aan huis en zo te laten re-integreren op de arbeidsmarkt, en anderzijds om de markt voor dienstverlening aan huis te formaliseren. Opdrachtgevers kunnen gesubsidieerd cheques inkopen, waarmee zij de PWA-werknemers betalen. Uit een evaluatie uit 1997 bleek dat 44 % van de klussen die via de PWA-regeling werd uitgevoerd voorheen in het informele circuit plaatsvonden. Daarmee lijkt de regeling een positief effect te hebben op het formaliseren van de sector. Daartegenover staat dat het deel van de totale markt dat onder de PWA-regeling viel waarschijnlijk klein is (circa 5% van de totale markt voor dienstverlening aan huis), en dat de regeling onbedoeld ook bijdraagt aan het matchen van vraag en aanbod in de informele sector: in sommige gevallen wordt een deel van de klus met cheques betaald, en een deel van de klus met contant geld in het informele circuit. Bovendien moet ook het re-integratie-effect van de regeling worden gerelativeerd: het werken via de PWA-regeling bleek voor veel werklozen niet een eerste stap op weg naar reguliere deelname aan de arbeidsmarkt. Ze bleven vaak jarenlang via de regeling werken terwijl ze in een uitkeringssituatie waren.

In 2004 is de PWA-regeling voor private huishoudens ondergebracht bij het "dienstencheque-systeem". De kern bleef gelijk: particulieren konden cheques kopen die zwaar gesubsidieerd werden door de federale overheid (circa 75 % van de kostprijs van € 21 per uur kwam voor rekening van de overheid) en konden worden ingezet om diensten aan huis te betalen. Bepaalde doelgroepen met afstand tot de

⁴⁰ International Labour Conference, "Bringing domestic workers into the formal economy: Implementing ILO Convention No. 189" (ILO, 2013).

arbeidsmarkt, waaronder werklozen, kwamen in aanmerking om via dit systeem te werken. Dit systeem is in 2010 vrij kritisch geëvalueerd. De kern daarvan betoogde dat het bereik weliswaar groot is geweest⁴¹, maar dat de kosten ook erg hoog waren. Verder heeft het geen noemenswaardig effect gehad op het formaliseren van de sector omdat het systeem ook misbruik in de hand werkt.⁴²

Frankrijk

In Frankrijk wordt sinds 2006 gewerkt met de "Cheque Emploi Service Universel" (CESU).⁴³ Deze regeling is bedoeld om administratieve lasten weg te nemen om diensten aan huis af te nemen, en daardoor de markt te formaliseren. Een bijkomend doel is het creëren van banen voor laaggekwalificeerden. Onder de CESU kunnen particulieren zich registreren als werkgever voor diensten aan huis. Ze kopen cheques bij banken, en kunnen de aanschafwaarde deels aftrekken van de inkomstenbelasting. Ook werkgevers kunnen aftrekbaar cheques aanschaffen voor hun werknemers, die op die wijze diensten aan huis kunnen afnemen.

Uit een evaluatie van 2008 blijkt dat de CESU en zijn voorlopers eraan bijdragen om de markt te formaliseren: twee derde van de groei van de afgenomen cheques tussen 1995 en 2005 bestond uit een formalisering van voorheen zwarte diensten. Uit dit onderzoek blijkt ook dat het aandeel van informele diensten binnen de gehele sector is gedaald van 50% in 1996 tot 30% in 2005.⁴⁴ Aan de andere kant wordt gesteld dat de cheques nog altijd slechts een klein deel van de sector bestrijkt, en dat het effect dus niet overschat moet worden. Bovendien gaan er alsnog aanzienlijke administratieve lasten mee gepaard; het succes houdt mede verband met de voorheen bijzonder belastende administratieve procedures bij het inhuren van diensten aan huis in Frankrijk.⁴⁵

Duitsland

In Duitsland zijn in 2003 de "mini jobs" ingevoerd: banen waarbij het loon tot € 450 per maand ligt. Bij mini jobs is sprake van een reguliere arbeidsovereenkomst, maar hoeven de werknemers geen belasting en sociale premies af te dragen en betalen de werkgevers lagere premies dan voor "normale" banen. Het gaat bij mini jobs vaak om laaggeschoolde arbeid, waaronder huishoudelijk werk.

In 2010 waren er 7.3 miljoen Duitsers die een mini job hadden, ofwel één op de vijf werknemers. Dit betekende een groei van 1,6 miljoen ten opzichte van 2003. Dit geeft aan de ene kant het succes aan van de mini jobs: onder werkgevers zijn ze populair. Aan de andere kant wordt gezegd dat de toename van het aantal mini jobs voornamelijk ten koste is gegaan van reguliere banen. Bovendien zouden laaggeschoolden vaak jarenlang in mini jobs werken in plaats van door te groeien naar

⁴¹ Na een bescheiden begin is het explosief gegroeid, tot ruim 650.000 gebruikers eind 2009 en ruim 78 miljoen afgenomen cheques in 2009 (wat gelijk staat aan het aantal uur huishoudelijk werk). Zie: ⁴¹ Jozef Pacolet e.a., "Bomen groeien niet tot in de hemel. De werkelijke kostprijs van de dienstencheques. Samenvatting" (Leuven, 2010) https://hiva.kuleuven.be/resources/pdf/publicaties/R1354a_nl.pdf, blz. 4.

⁴² Jozef Pacolet e.a., "Bomen groeien niet tot in de hemel. De werkelijke kostprijs van de dienstencheques. Samenvatting" (Leuven, 2010) https://hiva.kuleuven.be/resources/pdf/publicaties/R1354a_nl.pdf

⁴³ Deze vervangt de twee regelingen die worden beschreven in het onderzoek van SEOR van 2004: de *Titre employ service* en de *Cheque emploi service*.

⁴⁴ Marbot, C., "En France, qui recourt aux services à domicile?", *Portrait Social* (2008), 143–162., aangehaald in: Eurofound, Universal service employment cheque, France.

⁴⁵ Eurofound, Universal service employment cheque, France. <http://www.eurofound.europa.eu/areas/labourmarket/tackling/cases/fr003.htm>

reguliere banen, en lijkt het systeem daarmee zijn activerende doelstelling niet te behalen.⁴⁶ Bovendien hebben uitkeringsontvangers weinig baat bij de regeling, omdat hun verdiensten direct van de uitkering worden afgetrokken.⁴⁷

Zweden

Het Zweedse model, dat inmiddels ook in Finland en Denemarken is ingevoerd, maakt gebruik van belastingverlaging voor huishoudelijk werk in een poging om werkgelegenheid te scheppen en zwart werk tegen te gaan. Particulieren krijgen simpelweg 50% belastingverlaging op de personeelskosten van "diensten aan huis"⁴⁸, met een maximum van € 6000 per persoon per jaar. Hierdoor wordt het voor particulieren goedkoper om dergelijke diensten af te nemen.

Uit een evaluatie van 2011, uitgevoerd door de Zweedse belastingautoriteit, bleek dat er tussen 2005 en 2011 een vermindering van 10% heeft plaatsgevonden van zwart werk. Bij degenen die de regeling gebruikten voor huisonderhoud bleek dat 6% dit onderhoud niet uitgevoerd zou hebben zonder de regeling. Daarmee werden dus extra banen geschapen, maar vooral in een sector die niet onder de huidige definitie van "diensten aan huis" valt: reparaties en onderhoud van huizen. In totaal is 7.6 miljoen uur aan schoonmaak- en huishoudwerk gesubsidieerd. Dat heeft 166 miljoen euro gekost.⁴⁹ Kortom: het model lijkt succesvol maar bestrijkt waarschijnlijk toch slechts een relatief beperkt deel van de markt voor diensten aan huis.

⁴⁶ Marco Caliendo and Katharina Wrohlich, "Evaluating the German 'Mini Job' reform using a natural experiment", *Applied economics*, 42 (2010) 2475-2489.

⁴⁷ The Guardian, "Mini jobs don't work in Germany, and they won't work in Britain" (21-08-2012) <http://www.theguardian.com/commentisfree/2012/aug/21/mini-jobs-germany-britain>.

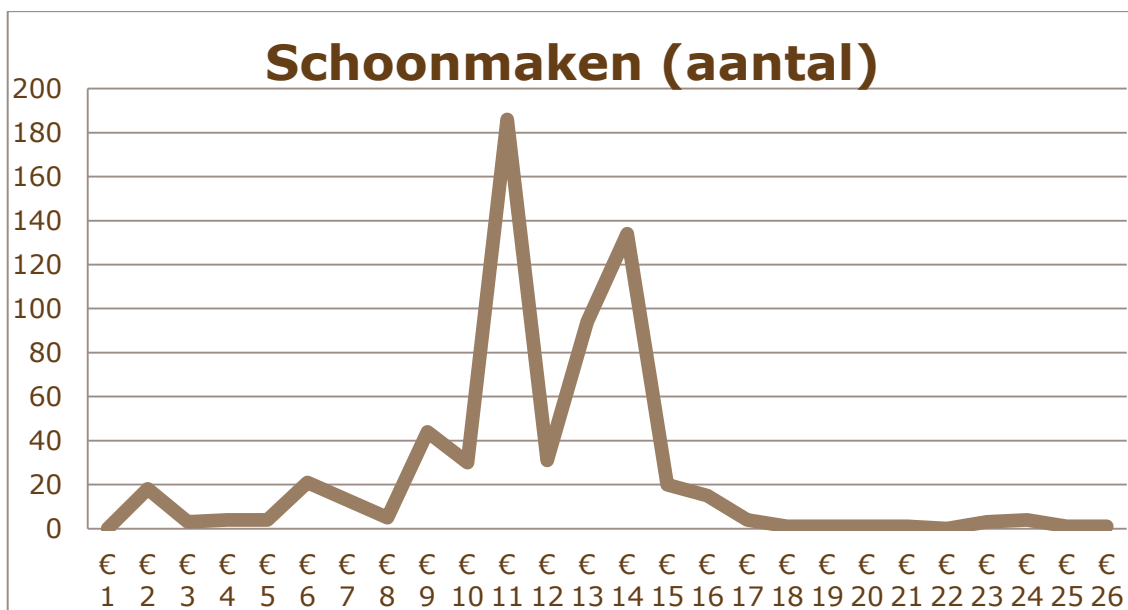
⁴⁸ Deze diensten omvatten zowel de diensten zoals in Nederland onder de Regeling vallen, alsook éénmalige woningreparaties of -investeringen.

⁴⁹ Eurofound, "Tax deductions for domestic work, Sweden", <https://eurofound.europa.eu/areas/labourmarket/tackling/cases/se015.htm>.

Bijlage 4 **Spreidingsgrafiek prijzen**

De onderstaande figuur geeft de spreiding weer van de uurprijzen die huishoudens zeggen te betalen aan schoonmakers. Deze figuur is gebaseerd op de uurprijzen die 639 huishoudens hebben opgegeven.

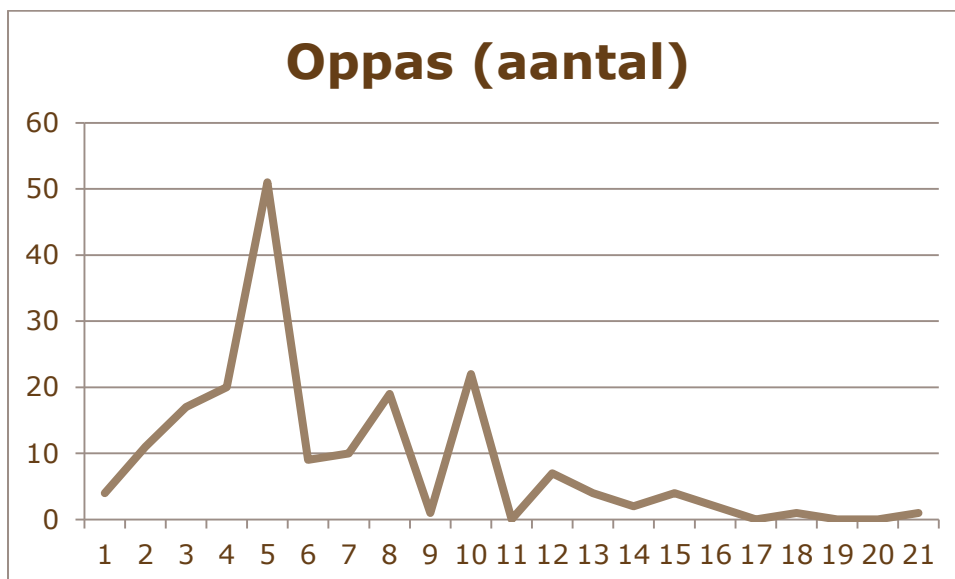
Figuur B4.1 Prijs per uur die huishoudens betalen aan een schoonmaker weergegeven naar aantal keer dat dit bedrag gegeven wordt.



De onderstaande figuren geven de prijzen per uur die huishoudens betalen aan oppassen en gastouders. Deze figuur is gebaseerd op 185 huishoudens die een uurprijs voor de oppas hebben opgegeven en 34 huishoudens die een uurprijs voor de gastouder hebben weergegeven.

Bij hele hoge of hele lage uurprijzen zou er sprake kunnen zijn van het verkeerd invullen van de vraag, maar die hoeft niet zo te zijn. Familie of kennissen werken soms voor hele lage uurlonen, dit blijkt ook uit de interviews die we met de aanbieders hebben gehouden, zie deel II van het rapport.

Figuur B4.2 Prijs per uur die huishoudens betalen aan een oppas aan huis weergegeven naar aantal keer dat dit bedrag gegeven wordt (N=185).



Figuur B4.3 Prijs per uur die huishoudens betalen aan een gastouder aan huis weergegeven naar aantal keer dat dit bedrag gegeven wordt (N=34).

