

intermediair



Intermediair White Paper

Favoriete werkgevers en arbeidsmarktverwachting van hoogopgeleiden

Philips weer topfavoriet | Tanend optimisme over arbeidsmarkt | Thuis werken gewild



2008

INTERMEDIAIR IMAGO ONDERZOEK

Intermediair Imago Onderzoek 2008

Het Intermediair Imago Onderzoek (IIO) heeft weer plaatsgevonden. Dit toonaangevende onderzoek houdt de vinger aan de pols van de actuele arbeidsmarktontwikkelingen, meet het arbeidsmarktimage van bedrijven en instellingen en onthult de favoriete werkgevers van jonge hoogopgeleiden. Bovendien schetst het onderzoek een representatief beeld van hun ambities, wensen en verwachtingen ten aanzien van de arbeidsmarkt. Het IIO 2008 is uitgevoerd door het onderzoeksbureau Synovate, in opdracht van VNU Media.

Favoriete werkgevers

De meting van het arbeidsmarktimage van ondernemingen en overheidsinstellingen is traditioneel een opvallend onderdeel van het IIO. De open vraag naar de drie meest favoriete werkgevers onder hoogopgeleiden leverde de volgende top-50 op.

Favoriete werkgevers 2008 totale doelgroep

1 Philips	18 Ministerie van Buitenlandse Zaken	35 Sara Lee / D.E.
2 Shell	19 Fortis	36 Gemeente Amsterdam
3 Rabobank	20 Waterschap / Hoogheemraadschap	37 Vendex KBB
4 Unilever	21 Nike	38 Achmea
5 ING	22 AKZO Nobel	39 Ernst & Young
6 KLM	23 Nuon	40 IBM
7 Heineken	24 Essent	41 Unicef
8 Koninklijke Ahold	25 ASML	42 Ministerie van Defensie
9 Politie	26 Deloitte	43 Universteit Utrecht
10 TNO	27 KPMG	44 Friesland Foods
11 KPN	28 Belastingdienst	45 Apple
12 Google	29 Rijkswaterstaat	46 Universitair Medisch Centrum Groningen (UMCG)
13 DSM	30 Ministerie van Justitie	47 Organon
14 ABN AMRO	31 Microsoft	48 Vodafone
15 Schiphol	32 Arcadis	49 Twynstra Gudde
16 Capgemini	33 Siemens	50 Accenture
17 PricewaterhouseCoopers	34 NS	

73% vindt arbeidsmarkt (zeer) gunstig

Ranking 2008 Mannen

1 Philips
2 Shell
3 Rabobank
4 ING
5 Unilever
6 KLM
7 Heineken
8 Koninklijke Ahold
9 Google
10 KPN

Ranking 2008 Vrouwen

1 Rabobank
2 Unilever
3 Shell
4 Philips
5 KLM
6 ING
7 Politie
8 Koninklijke Ahold
9 Heineken
10 TNO

Philips is weer de favoriete werkgever onder jonge hoogopgeleiden. Het elektronicaconcern verdreef de Rabobank van de eerste plek. Gezien het zakken van de ING (vorig jaar 4de) en het uit de top-10 verdwijnen van ABN AMRO en Fortis verliezen de financiële instellingen aan populariteit. Wel is de Rabobank nog steeds de nummer 1 van vrouwelijke hoogopgeleiden, hbo-ers en starters. Shell is de tofavoriet van allochtonen en leidinggevenden. Ahold lijkt het boekhoudschandaal te boven en is in opmars. De Politie en TNO zijn, naast Ahold, nieuwkomers in de top-10.

Tanend optimisme over arbeidsmarkt

De jaren van het grote optimisme over de arbeidsmarkt lijken enigszins voorbij. Vanaf 2005 werd steeds positiever over de arbeidsmarkt geoordeeld tot in 2007 79% (zeer) gunstig over de arbeidsmarkt oordeelde. Dit jaar is aan die stijging een einde gekomen: 73% ziet de arbeidsmarkt als (zeer) gunstig. Vooral vrouwen zijn minder positief: 68 procent beoordeelt de huidige arbeidsmarkt als (zeer) gunstig. Hoewel minder mooi dan vorig jaar, zijn dat nog steeds hoge percentages.

De verwachtingen voor komend jaar zijn echter een stuk minder positief. Slechts 23% van de jonge hoogopgeleiden (48% in 2007) verwacht dat de arbeidsmarkt zich (veel) gunstiger zal ontwikkelen. Een ongeveer even grote groep (22%) verwacht juist een (veel) minder gunstige arbeidsmarkt. Daarmee wordt de dalende lijn doorgetrokken die in 2007 ingezet was.

Opvallend is dat vooral mannen (25%) somber zijn over volgend jaar, terwijl die traditioneel wat optimistischer oordelen over de arbeidsmarkt dan vrouwen (19%). Niet-Westerse allochtonen hebben relatief positieve verwachtingen: 30% denkt dat de arbeidsmarkt zich volgend jaar (veel) gunstiger zal ontwikkelen dan dit jaar.

Arbeidsmobiele starters

De hoogopgeleide wordt steeds minder arbeidsmobiel: 17% is actief op zoek naar een baan tegen 19% in 2007, 20% in 2006 en 21% in 2005. Zoals gebruikelijk zijn meer hoogopgeleide vrouwen (19%) dan mannen (15%) actief op zoek. Starters (29%) en niet-Westerse allochtonen (26%) zijn aanmerkelijk vaker actief op zoek dan de andere deeldoelgroepen. Niet significant afwijkend van voorgaande jaren denkt 36% van de hoogopgeleiden "er wel eens over van baan te veranderen". 16% is helemaal niet op zoek.

Oriëntatie en sollicitatie

Met het oog op de volgende stap in hun loopbaan ontplooiën hoogopgeleiden de volgende activiteiten:

- vacatures in de gaten houden op vacaturesites (49%)
- vacatures in de gaten houden in dag-, vakbladen en/of tijdschriften (46%)
- cv achterlaten op een vacaturesite (31%)
- aanmelden bij een zakelijk social network (26%)
- gereageerd op een vacature op de website van een bedrijf (20%)

**Slechts 17%
actief op zoek naar
andere baan**

77% is (zeer) tevreden over werkgever

Tevreden met werkgever

De voortdurende honkvastheid van de hoogopgeleiden is in lijn met het oordeel over hun werkgevers: maar liefst 77% zegt tevreden of zeer tevreden te zijn over zijn werkgever. Slechts 6% is (zeer) ontevreden. Van de jongeren tot 26 jaar is zelfs 82% (zeer) tevreden. Niet-Westerse allochtonen zijn relatief minder enthousiast over hun werkgever: 70% is (zeer) tevreden.

Bescheiden salariseisen vrouwen

40% van de hoogopgeleiden verdient een salaris tussen de 30 en de 45 duizend euro, 27% verdient meer dan 45.000 euro (twee keer zoveel mannen als vrouwen!). In 2008 is het percentage hoogopgeleiden dat boven de 45.000 euro verdient flink gegroeid in vergelijking met de voorafgaande jaren (2005 (20%), 2006 (22%) en 2007 (22%))

38% van de respondenten vindt een salaris van meer dan 45.000 euro passen bij de huidige functie en 59% meent dat een dergelijk salaris past bij de volgende functie. In vergelijking met voorgaande jaren zijn in 2008 relatief veel hoogopgeleiden van mening dat een salaris van boven de 45.000 euro past bij hun huidige dan wel volgende functie. Vrouwen zijn qua salarisverwachting veel bescheidener dan mannen: 46% (tegenover 72%) verwacht bij een volgende carrièrestap boven de 45.000 euro te gaan verdienen.

Pull- en pushfactoren

Zelfstandigheid (40%), afwisselend werk (40%), dichtbij huis (33%), goede opleidingsmogelijkheden (25%) en goede secundaire arbeidsvoorwaarden (24%) zijn de vijf meeste aansprekende aspecten van de huidige werkgevers van hoogopgeleiden. Vrouwen voelen zich meer aangetrokken tot een werkgever die een goede balans tussen werk en vrij tijd faciliteert (vrouwen (26%) vs. mannen (22%)). Bovendien hechten ze aan inspirerende collega's (vrouwen (27%) vs. mannen (20%)). Voor mannen behoren goede primaire arbeidsvoorwaarden tot de top-5 van aansprekende aspecten van de huidige werkgever.

Daarentegen zijn:

- stimulerend management (28%),
- doorgroeimogelijkheden (27%),
- coaching & begeleiding (21%),
- actief P&O-beleid op de ontwikkeling van medewerkers (20%),
- en dichtbij huis (19%)

de aspecten die hoogopgeleiden het vaakst missen bij hun huidige werkgever. Over het algemeen geldt: hoe meer werkervaring, hoe meer deze pushfactoren genoemd worden. Een opvallend cijfer: 10% van de hoger opgeleiden heeft helemaal geen klachten over de werkgever.

De vijf belangrijkste aspecten bij een keuze voor een bepaalde werkgever (pullfactoren) zijn:

- afwisselend werk (42%)
- goede balans tussen werk en vrij tijd (40%)
- goede doorgroeimogelijkheden (37%)
- goede primaire arbeidsvoorwaarden (31%)
- dichtbij huis (30%)

Mannen vinden, ten opzichte van vrouwen, goede primaire arbeidsvoorwaarden (35% vs. 26%), aansprekende producten en diensten (18% vs. 15%), financieel gezond (15% vs. 10%) en de mogelijkheid tot een internationale carrière (13% vs. 10%) significant belangrijkere pullfactoren dan vrouwen. Op hun beurt hechten hoogopgeleide vrouwen significant meer dan mannen, aan afwisselend werk (45% vs. 39%), een goede balans tussen werk en vrije tijd (42% vs. 37%), dichtbij huis (31% vs. 28%), aansprekende bedrijfscultuur (29% vs. 27%), inspirerende collega's (28% vs. 25%), goede bereikbaarheid (25% vs. 21%) en maatschappelijke betrokkenheid (9% vs. 6%).

Afwisselend werk belangrijkste factor bij keuze werkgever

Intellectuele ambitie

Hoewel zowel mannen als vrouwen de komende vijf jaar vooral intellectueel willen groeien, wijken de verdere ambities nogal van elkaar af.

Top-5 mannen		Top-5 vrouwen	
Intellectuele groei	(58%)	Intellectuele groei	(57%)
Leiding geven	(41%)	Gezin stichten	(40%)
Gezin stichten	(34%)	Meer vrije tijd	(30%)
Creatieve prestatie leveren	(32%)	Creatieve prestatie leveren	(29%)
Meer vrije tijd	(28%)	Eigen huis	(29%)

Vergeleken met hbo-ers streven wo-ers meer immateriële ambities na: ze hechten o.a. meer belang aan intellectuele groei (66% vs. 53%), het neerzetten van een creatieve prestatie (36% vs. 28%) en de maatschappelijke relevantie van het werk (28% vs. 18%). Leidinggevendenden hebben meer buitenlandambitie (15% vs. 12%) en denken vaker over een succesvolle eigen zaak (16% vs. 10%). Relatief veel niet-Westerse allochtonen hopen in de komende vijf jaar een salarisstijging van 50% te realiseren (30%).

Vergeleken met voorgaande jaren nemen in 2008 de ambities om getrouwd te zijn (19%) en een gezin te stichten (37%) af, vooral ten opzichte van 2006 en 2007 (beide jaren: getrouwd zijn (23%) en gezin stichten (40%)). Het streven naar een leidinggevende functie heeft daarentegen een vlucht genomen: in 2006 leefde dat bij 28% van de hoogopgeleiden, in 2008 bij 34%. Vergeleken met vorig jaar is een salarisstijging van minimaal 50% een significant sterkere ambitie geworden: van 14 naar 17%.

Thuiswerken dominant

Opvallend is de rol van thuiswerken; 45% vindt dit een belangrijke secundaire arbeidsvoorwaarden. De top-5 is:

Top-5 secundaire arbeidsvoorwaarden

Thuis werken	(45%)
13de maand	(41%)
Extra vakantiedagen	(34%)
Parttime werken	(31%)
Tegemoetkoming trainingen/cursussen	(30%)

Vooraf wo-ers zijn gecharmeerd van de mogelijkheid tot thuiswerken (48%), hbo-ers hechten relatief meer aan de 13de maand (43%). Mannen zijn dit jaar opnieuw materiëler ingesteld dan vrouwen: ze hechten bijvoorbeeld vaker aan een auto van de zaak (33% vs. 19%), winstdeling (28 vs. 15%) en een prestatiebonus (26% vs. 13%).

Consultancy minder populair

De functiegroepen automatisering/ICT (13%), financieel/administratief (13%) en marketing/communicatie (11%) zijn het best vertegenwoordigd binnen de doelgroep. Een derde van de respondenten werkt bij een middelgrote werkgever (50 t/m 500 werknemers), terwijl meer dan de helft (52%) voor een middelgrote werkgever zou willen werken.

Directie/management is de meest gewilde functiegroep: slechts 3% is er in werkzaam, maar 21% zou er graag in willen werken. Ook marketing/communicatie (19%, vooral onder hbo-ers (21%)) en advies/consultancy (17%, vooral onder wo-ers (24%)) zijn gewild. Opvallend is dat voor het eerst sinds jaren consultancy niet meer de meest gewilde functiegroep is. Automatisering/ICT is onder vrouwen (5%) en hoogopgeleiden onder de 26 (9%) weinig geliefd, maar wint met het klimmen van de jaren aan populariteit.

Interessante functies belangrijkst voor imago

Net als vorig jaren blijken interessante functies en goede primaire arbeidsvoorwaarden de belangrijkste pijlers onder het werkgeversimago. Het minst belangrijk wordt een goede loopbaanbegeleiding geacht. Vrouwen hechten relatief meer waarde aan een aansprekende bedrijfscultuur. De ranking van allochtonen wijkt enigszins af van die van autochtonen; allochtonen vinden doorgroeimogelijkheden en een goede loopbaanbegeleiding bijvoorbeeld belangrijker voor het werkgeversimago.

Meer voltijds werken

Van de hoogopgeleiden werkt 61% voltijds, d.w.z. 37 of meer contracturen per week. Onder mannen (73%) ligt dat percentage flink hoger dan onder vrouwen (49%). De kloof lijkt zelfs groter te worden, vorig jaar zei 70% van de mannen en 48% van de vrouwen voltijds te werken. Het aantal contracturen vermindert met het stijgen van de leeftijd. Nog maar 51% van de 36-plussers werkt in 2008 37 uur of meer.

Gemiddeld werkt de hoogopgeleide 37 contracturen per week. Dat gemiddelde komt precies overeen met het aantal uren dat de hoogopgeleide per week wil werken. Slechts 29% van de vrouwen en 36% van de 36-plussers heeft de ambitie voltijds te werken.

45% vindt thuiswerken de belangrijkste secundaire voorwaarde

In werkelijkheid ligt het aantal gemaakte uren per week flink hoger dan het aantal contracturen: gemiddeld 41 uur per week. Bijna driekwart van de respondenten zegt 37 uur of meer te maken. Mannen maken zelfs gemiddeld 43 uur per week, vrouwen 39. Leidinggevend maken gemiddeld flink meer uren dan mensen die geen leidinggeven: 44 om 39 uur, de kloof tussen de contractuele uren tussen deze groepen is een stuk minder groot (37 om 36).

In vergelijking met voorgaande jaren kan gezegd worden dat hoogopgeleiden in 2008 contractueel meer uren per week werken (37 uur) ten opzichte van 2005 (36 uur), meer werkelijke gemaakte uren draaien (41 uur in 2008) ten opzichte van 2006 (40 uur) en ook meer uur willen werken (37 uur in 2008) in vergelijking met de voorafgaande jaren (2005 en 2006 (35 uur) en 2007 (36 uur)) .

Steeds later met pensioen

Hoogopgeleiden verwachten steeds later met pensioen te kunnen gaan. Gemiddeld wensen de hoogopgeleiden op hun 60ste te stoppen, maar verwachten tot hun 66ste door te moeten werken. In 2005 was dat nog 59 respectievelijk 64 jaar. Maar liefst 43% van de respondenten verwacht na 65 jaar te moeten doorwerken (vorig jaar was dat nog 35%), terwijl slechts 9% dat ook echt wil.

Onderzoekopzet

Het IIO 2008 is een online-enquête die door Synovate in opdracht van VNU Media is uitgezet onder een aselechte steekproef. De netto respons bedroeg 6414. De genomen steekproef is representatief voor jonge hoogopgeleiden met maximaal tien jaar werkervaring in de Nederlandse samenleving (met uitsluiting van hoogopgeleiden in de zorg/ sociaal culturele sector en docenten in het basis- en middelbaar onderwijs).

Respondenten

Van de geënquêteerden heeft 64% een hbo-opleiding (waarvan 95% hbo-oude stijl of bachelor) en 36% een wo-opleiding (waarvan 96% wo-oude stijl of master) genoten. Van de universitair afgestudeerden is 7% gepromoveerd. Ongeveer 5% van de hoogopgeleiden heeft een MBA-studie gevolgd. Van de deelnemers aan de enquête is 51% man en 49% vrouw. Driekwart is tussen de 26 en 36 jaar oud, 16% is 25 of jonger en 9% is 36 jaar of ouder. De helft van de ondervraagden heeft 6 t/m 10 jaar werkervaring. 10% is allochtoon, waarvan de helft van niet-Westerse afkomst.

Meer met het Intermediair Imago Onderzoek:

Het IIO biedt een recente update van de marktontwikkelingen, waarop u uw arbeidsmarktstrategie kunt afstemmen.

Het Intermediair Imago Onderzoek

- geeft u een beter inzicht in het imago van uw organisatie op de arbeidsmarkt ten opzichte van uw concurrenten;
- geeft inzicht in de samenstelling van de groep jonge hoogopgeleiden (leeftijd, salaris, geslacht, opleiding, functies, werkervaring enz.) en een duidelijk beeld van hun wensen, voorkeuren en ambities (gewenste functies en branches, belangrijke arbeidsvoorwaarden, gewenst salaris, ideale bedrijfsgrootte enz.);
- geeft u waardevolle informatie voor uw wervingsinspanningen, zoals de criteria waarop jonge hoogopgeleiden een werkgever kiezen dan wel afwijzen.

Hoe kunt u deelnemen?

Als u één van de Intermediair Imago Pakketten afneemt, wordt het imago van uw organisatie automatisch gemeten. Een Intermediair Imago Pakket bestaat uit:

- plaatsing in één van de Intermediair Oriëntatiegidsen.
- doorplaatsing van de bedrijfspresentatie op één van de sites van Intermediair;
- deelname aan het Intermediair Imago Onderzoek.

Deelname aan het onderzoek betekent dat u een factsheet ontvangt. Hierin wordt uw positie op de arbeidsmarkt, uw werkgeversimago en het profiel van uw potentiële werknemers geschetst in vergelijking met de totale markt.

Nog dieper op de resultaten ingaan? Intermediair Imago Benchmark

Het is mogelijk nog dieper op de resultaten van het IIO in te gaan, bijvoorbeeld door een vergelijking te maken met uw directe concurrenten. Hiervoor biedt Intermediair een benchmarkrapportage. Deze uitgebreide rapportage zoemt in op specifieke doelgroepen (zoals bv starters of bv sales professionals of IT professionals) en maakt een vergelijking van uw organisatie met de resultaten van andere organisaties. Deze variabelen van dit benchmarkrapport worden in overleg met u vastgesteld.

Tarief voor een benchmark rapport € 7.500,-

VNU Media

Ceylonpoort 5-25
2037 AA Haarlem
Postbus 4020
2003 EA Haarlem

Afdeling Sales Intermediair

T 023 546 36 54
F 023 546 55 05
E sales@intermediair.nl
www.intermediair.nl/werkgevers

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met uw accountmanager of met de afdeling Sales Intermediair op 023 546 3654 of sales@intermediair.nl. Verder kunt u ook via www.intermediair.nl/imagopakket meer informatie vinden.