

INTERMEDIAR IMAGO ONDERZOEK 2011

2945835156489416132161612161231551318418878125365448952216514131216512368429458351564894161321616121
551318418878125365448952216514
84188781253654489522165141312165123684 294589522165141312165123684

- | **Rabobank weer favoriet**
- | **Optimisme over arbeidsmarkt**
- | **Veel hoogopgeleiden op zoek**

29458351564894161321616121612315513184188781253654489
522165141312165123684 2945835156489416132161612161231551318418878125365
8418878125365448952216514131216512



PS

LEA

ALLOCHTONEN

HBO-ERS

AUTOCHTONEN

VROUWEN

MANNEN

PROFESSIONALS



INTERMEDIAR IMAGO ONDERZOEK 2011

Het dieptepunt van de kredietcrisis is achter de rug, maar de consequenties worden nu voelbaar. De overheid bezuinigt fors, de banken zijn terughoudend met kredietverlening, de consument houdt de hand op de knip. Toch herstelt de arbeidsmarkt zich langzaam maar zeker. De werkloosheid is het afgelopen jaar gestaag gedaald, het aantal banen neemt iets toe, net als de openstaande vacatures in de particuliere sector.

Wat betekenen deze ontwikkelingen voor het vertrouwen van jonge hoogopgeleiden? Hoe kijken zij aan tegen de arbeidsmarkt? Hoe zien zij hun professionele toekomst? En wat zijn hun favoriete werkgevers? Het toonaangevende Intermediair Imago Onderzoek 2011 (IIO), uitgevoerd door onderzoeksbureau Synovate in opdracht van VNU Media, geeft antwoord op deze en andere vragen. Zo meet het IIO het arbeidsmarktimage van organisaties en geeft het een representatief beeld van de ambities, wensen en verwachtingen van hoogopgeleiden tot en met 10 jaar werkervaring ten aanzien van de arbeidsmarkt.

Allereerst wordt het arbeidsmarktgedrag van de totale doelgroep van jonge hoogopgeleiden beschreven. Daarna worden de volgende subdoelgroepen met elkaar vergeleken:

- Mannen en vrouwen
- WO-ers en HBO-ers
- Autochtone en allochtonen
- Starters (t/m 1 jaar werkervaring), tweede stappers (2 t/m 5 jaar) en professionals (6 t/m 10 jaar)

TOTALE DOELGROEP

Wie zijn jong en hoogopgeleid?

De hoogopgeleide deelnemer aan dit onderzoek is gemiddeld 29 jaar oud. Bijna de helft (49%) van hen is vrouw, 36% volgt of heeft een universitaire studie gevolgd. De hoogopgeleiden volg(d)en vooral economische (34%) en technische studierichtingen (27%). De afgestudeerden sloten hun studie af met gemiddeld een 7,3. 80% van de respondenten heeft werk, 9% zit in het laatste jaar van de studie en 11% is werkzoekend.

18% van de hoogopgeleiden is starter (laatstejaars student tot en met 1 jaar werkervaring). Een tiende deel van de respondenten is allochtoon (één of beide ouders buiten Nederland geboren). 28% van de werkzame hoogopgeleiden geeft leiding. De hoogopgeleiden werken gemiddeld 36 contracturen per week, in werkelijkheid werken ze gemiddeld 40 uur per week. Ze zijn vooral werkzaam in de functiegroepen administratie/boekhouden/financieel/fiscaal (12%), marketing/communicatie/PR (11%) en automatisering/ICT (10%).

RABOBANK WEER FAVORIET

ORGANISATIE	RANKING 2011	RANKING 2010	RANKING 2009	RANKING 2008	RANKING 2007
Rabobank	1	1	1	3	1
Philips	2	2	2	1	2
Shell	3	3	3	2	3
Unilever	4	4	4	4	5
ING	5	5	6	5	4
KLM	6	6	5	6	6
Heineken	7	7	7	7	8
Google	8	10	16	12	36
Achmea	9	12	14	38	31
Koninklijke Ahold	10	8	9	8	10
ABN AMRO	11	11	11	14	7
ASML	12	23		25	34
TNO	13	9	10	10	11
Apple	14	37	36	45	
Politie	15	13	8	9	12
KPN	16	16	12	11	15
Maxeda	17	31	25	37	28
Waterschap / Hoogheemraadschap	18	21	26	20	
DSM	19	14	13	13	18
Rijkswaterstaat	20	33	27	29	27
Koninklijke FrieslandCampina	21	19			
AKZO Nobel	22	18	46	22	13
Randstad Nederland	23				46
Nike	24	25	15	21	14
Microsoft	25	15	30	31	32
Ikea	26	38	49		
KPMG	27	27	20	27	20
Universteit Utrecht	28	39	37	43	30
Capgemini	29	22	19	16	24
GGZ	30	41			
Deloitte	31			26	42
Bol.com	32	42			
Koninklijke BAM Groep	33				
Gemeente Amsterdam	34	20	18	36	17
Prorail	35				
Ministerie van Buitenlandse Zaken	36	26	17	18	16
Accenture	37	47	48	50	
Ministerie van Veiligheid en Justitie	38			30	47
Rechtspraak	39	17	23		
PON Holdings	40				
Nederlandse Spoorwegen (NS)	41	32	45	34	40
Sanoma	42		44		50
Arcadis	43	49		32	29
Schiphol	44	29	29	15	19
Siemens	45			33	
Rijksuniversiteit Groningen (RUG)	46				
Coca-Cola	47	24			
UWV	48				
Nuon	49	44	22	23	
Gemeente Rotterdam	50	28	21		

Voor het derde jaar op rij is Rabobank de populairste werkgever onder hoogopgeleiden. De bankencrisis heeft het imago van Rabobank niet geschaad. Integendeel, de coöperatieve bank lijkt er sterker uit te zijn gekomen. De concurrentie heeft zich nog niet geheel hersteld van de klap. In 2007 stond ING nog op plek 4 en ABN AMRO op 7. Ten opzichte van vorig jaar vertoont de top-10 weinig mutaties, de top-7 is zelfs onveranderd gebleven. Opmerkelijk is de opmars van hightech bedrijven als Google, maar vooral van Apple en ASML. TNO en de Politie zakken langzaam weg in de ranking.

Interessante functies en primaire arbeidsvoorwaarden versterken imago

Welke aspecten liggen ten grondslag aan de ranglijst van populairste werkgevers? De twee belangrijkste imagobepalende aspecten zijn al jaren interessante functies en goede primaire arbeidsvoorwaarden. De ranking van imagoaspecten is:

- Interessante functies (96%)
- Goede primaire arbeidsvoorwaarden (94%)
- Aansprekende bedrijfscultuur (91%)
- Goede doorgroeimogelijkheden (86%)
- Goede secundaire arbeidsvoorwaarden (83%)
- Aansprekende producten/diensten (82%)
- Goede loopbaanbegeleiding (74%)

Terugkeer van het optimisme...

Na het dieptepunt van 2009 en 2010 keert het arbeidsmarktoptimisme voorzichtig terug: 19% van de hoogopgeleiden oordeelt (zeer) gunstig over de arbeidsmarkt, tegen 11% in 2010 en 12% in 2009. Daarmee wordt het niveau van het ongebreidelde optimisme van 2007 en 2008 nog lang niet gehaald toen meer dan 70% van de respondenten de arbeidsmarkt als (zeer) gunstig betitelde. Maar er gloort duidelijk hoop, ondanks dat nog 33% van mening is dat de arbeidsmarkt (zeer) ongunstig is (in 2010 en 2009 was dat nog 46% resp. 41%).

De verwachtingen voor komend jaar zijn hoog gespannen: maar liefst 66% verwacht dat de arbeidsmarkt zich (veel) gunstiger dan nu zal ontwikkelen. Dat is het hoogste percentage sinds 2006. Ook zijn er de laatste 5 jaar niet zo weinig pessimisten geweest: slechts 4% denkt dat de arbeidsmarkt komend jaar verslechtert (in 2010 7% en in 2009 25%).

...dus hogere arbeidsmobiliteit

De vraag is: leidt het stijgende optimisme ook tot een hogere arbeidsmobiliteit? Het antwoord is: ja. Sinds 2005 is de arbeidsmobiliteit niet zo hoog geweest. Maar liefst 18% van de hoogopgeleiden denkt binnen nu en een half jaar van werkgever te veranderen, en 32% binnen nu en een jaar! Dat is 5% meer dan vorig jaar en zelfs 9% meer dan in 2009.

Marketing/communicatie en directie/management gewild

De meest gewilde functiegroepen onder hoogopgeleiden zijn: marketing/communicatie/PR (21%), algemeen directie/algemeen management (19%), adviesverlening/consultancy (16%) en onderwijs/opleidingen/wetenschap (16%).

Salaris maakt pas op de plaats

Verder valt op dat het huidige salaris van de hoogopgeleide sinds 2008 nauwelijks gestegen is. Anders gezegd: de groep die een hoog salaris (boven de 45.000 euro bruto per jaar) verdient, is sinds 2008 onveranderd 27% groot. De groep die een middeninkomen verdient (tussen de 30 en 45 duizend per jaar) is zelfs iets geslonken: van 40% in 2009 tot 38% in 2011. Analoog aan het stijgende arbeidsmarktoptimisme zegt 63% van de ondervraagden een salaris boven de 45 duizend euro passend te vinden bij een volgende functie, vorig jaar was dat nog 60%.

Afwisselend werk en een goede balans trekken werknemers

Welke factoren doen een hoogopgeleide warm lopen voor een eventuele toekomstige werkgever? De top-5 van pullfactoren zijn:

- Afwisselend werk (40%)
- Goede balans tussen werk en vrije tijd (39%)
- Goede doorgroeimogelijkheden (38%)
- Goede primaire arbeidsvoorwaarden (30%)
- Aansprekende bedrijfscultuur (29%)

Afwisselend werk is al jaren de belangrijkste pullfactor voor hoogopgeleiden.

Eenmaal aan de onderhandelingstafel zijn voor hoogopgeleiden de volgende arbeidsvoorwaarden belangrijk: de mogelijkheid tot thuiswerken (49%), 13de maand (44%), tegemoetkoming in training/cursussen (36%), extra vakantiedagen (33%), reiskostenvergoeding (30%) en de mogelijkheid tot parttime werken (30%).

Afnemende buitenlandambities

Verder kijkend: wat willen hoogopgeleiden over vijf jaar bereikt hebben? De top-5 van hun ambities is:

- Gelukkig blijven (72%)
- Leuke, uitdagende baan (72%)
- Intellectueel gegroeid zijn (46%)
- Een gezin hebben (34%)
- Leiding geven (26%)

De belangrijkste ambities van hoogopgeleiden veranderen de laatste jaren nauwelijks. Daaronder zijn er wel kleine tendensen waar te nemen. In overeenstemming met de afnemende populariteit van een internationale carrière als arbeidsvoorwaarde neemt ook de ambitie om in het buitenland te werken af. Ook spirituele diepgang en meer vrije tijd worden minder genoemd, misschien omdat hoogopgeleiden menen dat in economisch moeilijker tijden eerst en vooral gewerkt moet worden.

Gewenste pensioen met 62

De hoogopgeleiden denken dat ze tot hun 67ste moeten doorwerken, maar het liefst zouden ze op hun 62ste stoppen met werken. Parallel aan de discussie over de betaalbaarheid van de pensioenen en de dreigende vergrijzing zijn beide leeftijden sinds 2005 gestaag gestegen. In 2005 dacht nog 21% van de respondenten voor de 61 te kunnen stoppen, anno 2011 is dat nog maar 6%. Opvallend is dat het gat tussen de verwachte pensioenleeftijd en de gewenste pensioenleeftijd steeds ongeveer 5 jaar blijft.

Een uur minder werken

De hoogopgeleide werkt, net als in 2010, gemiddeld 36 contractuur per week. Dat is een uur minder dan in 2008 en 2009. Hetzelfde geldt voor het aantal werkelijk gemaakte uren: dat was in 2008 en 2009 41 uur, in 2010 en 2011 40 uur. Dat is vier uur meer dan de gemiddelde hoogopgeleide het liefst zou willen werken, namelijk 36 uur per week. Kortom: het aantal gewenste uren komt overeen met het aantal contracturen.

MANNEN EN VROUWEN

Favoriete werkgever

MANNEN	VROUWEN
1 Rabobank	1 Rabobank
2 Philips	2 Philips
3 Shell	3 Unilever
4 ING	4 Shell
5 Unilever	5 Maxeda

Allereerst valt op dat in de leeftijdsgroep van 20 tot 25 jaar maar liefst 66% van de hoogopgeleiden vrouw is! De vraag is: staan hoogopgeleide vrouwen anders in de arbeidsmarkt dan hoogopgeleide mannen? Mannen (49%) werken in ieder geval vaker dan vrouwen (42%) bij een groot bedrijf (meer dan 500 werknemers). En nog steeds geven veel meer mannen dan vrouwen leiding: 35% om 20%. Sommige dingen veranderen blijkbaar slechts langzaam.

Typische mannen- en vrouwenberoepen...

Ook valt op dat er in 2011 nog steeds typische mannen- en vrouwenberoepen bestaan. Hoogopgeleide mannen hebben vaker een functie in automatisering/ICT (16% vs. 3%), sales/accountmanagement (11% vs. 6%) en techniek/industrie (10% vs. 2%) en algemeen directie/algemeen management (4% vs. 1%). Hoogopgeleide vrouwen hebben vaker een functie in marketing/communicatie/PR (17% vs. 7%), onderwijs/opleidingen/wetenschap (10% vs. 3%), personeelsbeleid/HRM (9% vs. 3%), medische dienstverlening en zorg (6% vs. 1%) en algemeen beleid/beleidsmedewerker (6% vs. 4%).

... en nog steeds een salariskloof

Twee keer zoveel mannen (36%) als vrouwen (18%) verdienen een hoog inkomen (boven de 45 duizend euro). Daarbij dient opgemerkt te worden dat mannen gemiddeld vier uur per week meer werken. Toch maakt de vier uur de kloof tussen mannen- en vrouweninkomens bij lange na niet goed. Bij een volgende functie vindt 74% van de mannen en 50% van de vrouwen een hoog inkomen passend. Het liefst zouden mannen hun salaris gemiddeld in 38 uur bij elkaar werken en vrouwen in 34 uur.

Vrouwen somberder

Vrouwen beoordelen de huidige arbeidsmarkt veel negatiever dan mannen: slechts 11% ziet die als (zeer) gunstig, tegenover 27% van de mannen. Ook de toekomstige arbeidsmarkt wordt iets minder zonnig ingezien: 60% van de vrouwen verwacht over een jaar een (veel) gunstigere arbeidsmarkt tegenover 72% van de mannen!

Vrouwen zoeken balans tussen werk en leven

Vrouwen vinden andere aspecten aan een werkgever aantrekkelijk dan mannen. Vrouwen vallen meer voor afwisselend werk (43% vs. 37%), een goede balans tussen werk en vrije tijd (41% vs. 36%), dichtbij huis (31% vs. 24%), inspirerende collega's (29% vs. 22%), goede bereikbaarheid (26% vs. 20%), actief p&o beleid (12% vs. 9%) en maatschappelijke betrokkenheid (11% vs. 6%). Mannen vinden goede doorgroeimogelijkheden belangrijk (42% vs. 34%), goede primaire arbeidsvoorwaarden (33% vs. 28%), stimulerend management (20% vs. 15%), aansprekende producten (20% vs. 13%), financieel gezond (16% vs. 12%) en een goed imago op de arbeidsmarkt (6% vs. 3%). Kortom: vrouwen zoeken werkgevers die hen een goede work-life balance kunnen bieden.

Mannen prefereren manager bij een groot bedrijf

Maar wat voor baan zoeken ze dan precies? Bij welk type werkgever? Vrouwen (30%) blijken vaker dan mannen (20%) een voorkeur te hebben voor een klein bedrijf met minder dan 50 werknemers, mannen (27%) daarentegen prefereren vaker een groot bedrijf met meer dan 500 werknemers (vrouwen 18%).

De top-5 van favoriete functiegroepen wijkt sterk van elkaar af:

Mannen: algemeen directie/algemeen management (27%), adviesverlening/consultancy (18%), automatisering/ICT (18%), marketing/communicatie/PR (16%) en algemeen beleid/beleidsmedewerker (13%)

Vrouwen: marketing/communicatie/PR (25%), onderwijs/opleidingen/wetenschap (21%), algemeen beleid/beleidsmedewerker (15%), personeelsbeleid/HRM (15%) en adviesverlening/consultancy (14%).

Mannen rijden graag leaseauto's, vrouwen werken graag parttime

Zowel mannen (48%) als vrouwen (50%) vinden de mogelijkheid om thuis te werken de belangrijkste arbeidsvoorwaarde, gevolgd door de 13de maand (mannen 42%, vrouwen 47%). Verder hechten mannen (36%) erg aan een auto van de zaak of leaseauto (vrouwen 17%) en bij vrouwen staat een tegemoetkoming in trainingen/cursussen op de derde plaats (vrouwen 42%, mannen 30%). Dubbel zo veel vrouwen (40%) als mannen (20%) vinden de mogelijkheid tot parttime werken belangrijk. Opvallend is dat mannen veel vaker voorstander zijn van harde (materiële) arbeidsvoorwaarden als gegarandeerde (11% vs. 7%), prestatiegerichte (22% vs. 10%) en signing bonus (2% vs. 1%) en aandelen/opties (11% vs. 1%). Vrouwen zien meer in tegemoetkoming in trainingen/cursussen, tegemoetkoming ziektekosten (16% vs. 12%), tegemoetkoming kinderopvang (26% vs. 16%) en reiskostenvergoeding (37% vs. 24%).

9458351564894161321616121612315513184188781

5365448952216514131216512368429

58351564894161321616121612315513184188

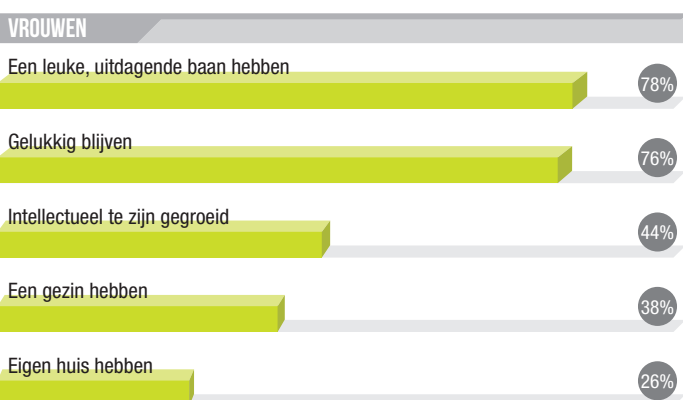
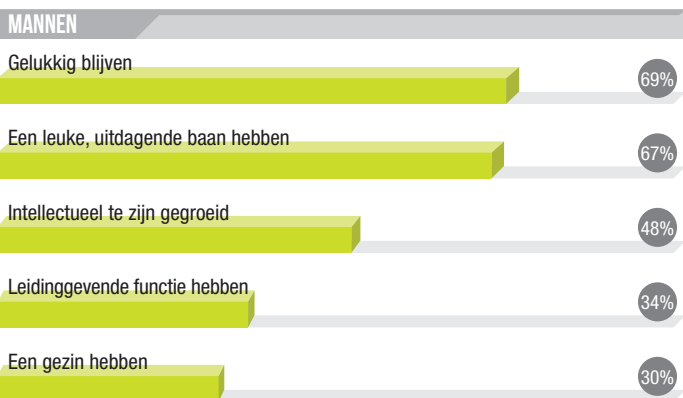
8125365448952216514

418878125365448952216514131

16512368429458952216514131216512368429458351564894161321616121612315513184188781

Beiden sexen willen gelukkig blijven en een leuke, uitdagende baan hebben

Over vijf jaar willen mannen en vrouwen:



Hoewel beide sexen gelukkig blijven en een uitdagende baan hebben het meest noemen, zijn deze ambities toch aanzienlijk populairder onder hoogopgeleide vrouwen dan onder hoogopgeleide mannen. Net als een gezin hebben, een eigen huis (26% vs. 21%) hebben, getrouwd zijn (16% vs. 13%), spirituele diepgang gevonden hebben (7% vs. 4%) en een maatschappelijke bijdrage leveren (22% vs. 15%). Mannen zijn ambitieuzer op het vlak van intellectueel groeien, een leidinggevende functie hebben (34% vs. 18%), een salarisstijging van minimaal 50% bewerkstelligen (15% vs. 7%), een succesvolle eigen zaak hebben (11% vs. 7%), een afgeronde MBA hebben (6% vs. 2%) en een auto van minimaal 50.000 euro (3% vs. 1%).

WO-ERS EN HBO-ERS

Favoriete werkgever

WO	HBO
1 Rabobank	1 Rabobank
2 Philips	2 Philips
3 Shell	3 Shell
4 Unilever	4 ING
5 ING	5 Unilever

HBO-ers werken vooral in de functiegroepen administratie/boekhouding/financieel/fiscaal (13%), marketing/communicatie/PR (12%), automatisering/ICT (12%) en sales/account-

management (11%); WO-ers met name in adviesverlening/consultancy (10%), onderwijs/opleiding/onderzoek (10%), marketing/communicatie/PR (10%) en administratie/boekhouding (10%).

WO-ers maken meer uren en verdienen meer

WO-ers verdienen flink meer dan HBO-ers: 36% heeft een bruto jaarinkomen van boven de 45 duizend euro tegen 22% van de HBO-ers, ondanks dat deze laatste groep gemiddeld meer werkervaring heeft (56% HBO-ers 6 t/m 10 jaar, 48% WO-ers). WO-ers en HBO-ers staan beide gemiddeld 36 uur onder contract, maar WO-ers werken in werkelijkheid anderhalf uur per week meer (gemiddeld bijna 41 uur).

Meer dan de helft van de WO-ers (53%) werkt bij een bedrijf met meer dan 500 werknemers tegen 42% van de HBO-ers. Blijkbaar niet naar volle tevredenheid want slechts 30% van de WO-ers en 19% van de HBO-ers ambieert ook een volgende baan bij een grote werkgever.

Goede balans tussen werk en vrije tijd op nummer 1 bij WO-ers, HBO-ers willen afwisselend werk

Werkgevers interesseren WO-ers met andere aspecten voor een eventuele baan dan HBO-ers.

Pull-factoren



WO-ers hechten meer aan een goede balans tussen werk en vrije tijd, aan goede doorgroeimogelijkheden, aan interessante functies (31% vs. 24%), aan inspirerende collega's (29% vs. 24%), maatschappelijke relevantie (15% vs. 6%) en de mogelijkheid tot een internationale carrière (11% vs. 8%) dan HBO-ers. HBO-ers hechten meer aan een baan dichtbij huis (30% vs. 25%), stimulerend management (20% vs. 16%),

financieel gezonde organisatie (17% vs. 10%), grote mate van baan-zekerheid (16% vs. 12%) en coaching en begeleiding (16% vs. 13%).

HBO-ers prefereren 36 uur in marketing/communicatie

HBO-ers willen liever werken in marketing/communicatie/PR (22% vs. 17%), personeelsbeleid/HRM (12% vs. 7%), automatisering/ICT (12% vs. 9%), administratie/boekhouding/financieel/fiscaal (11% vs. 8%), sales/accountmanagement (11% vs. 6%), inkoop (6% vs. 2%), kwaliteit/arbo/milieu (5% vs. 3%), facilitaire dienstverlening (3% vs. 1%) en horeca/detailhandel (2% vs. 1%). De voorkeuren van WO-ers liggen flink anders: algemeen directie/algemeen management (23% vs. 18%), advies/consultancy (22% vs. 13%), onderwijs/opleidingen/onderzoek (21% vs. 12%), R&D (20% vs. 7%), algemeen beleid/beleidsmedewerker (19% vs. 11%), algemeen bestuur (10% vs. 6%) en juridische functies (6% vs. 3%).

Voor hun volgende functie vindt 70% van de WO-ers en 60% van de HBO-ers een salaris boven de 45 duizend euro passend. WO-ers willen een baan voor 37 uur per week, HBO-ers werken liever 36 uur. WO-ers willen gemiddeld twee jaar langer doorwerken dan HBO-ers, namelijk tot hun 63ste.

HBO-ers wensen materiële arbeidsvoorwaarden

De top-5 van gewenste arbeidsvoorwaarden bij een eventuele volgende functie is voor de HBO-er en de WO-er dezelfde (zie *totale doelgroep op pag. 5, tweede kolom*). Verder kijkend leggen WO-ers en HBO-ers wel degelijk andere accenten. HBO-ers hechten relatief meer aan een 13de maand (46% vs. 42%), auto van de zaak/lease-auto (29% vs. 23%) en een tegemoetkoming in de ziektekosten (15% vs. 10%). WO-ers hechten meer aan een prestatiebonus (18% vs. 15%), (geheel of gedeeltelijk) doorbetaald ouderschapsverlof (20% vs. 14%) en de mogelijkheid van een sabbatical (18% vs. 11%).

WO-ers hebben inhoudelijke ambities

De top-5 van wat HBO-ers en WO-ers over vijf jaar bereikt willen hebben komt min of meer overeen. Daarnaast ambiëren HBO-ers meer vrije tijd (22% om 18%), een succesvolle eigen zaak (11% om 8%) en een afgeronde WO opleiding (8% vs. 2%). WO-ers noemen vaker een leuke uitdagende baan (75% vs. 69%), intellectueel groeien (55% vs. 42%), leiding geven (30% vs. 25%), een creatieve, noemenswaardige prestatie geleverd hebben (23% vs. 19%), een maatschappelijke bijdrage geleverd hebben (23% vs. 15%), een baan in het buitenland (10% vs. 6%) en gepromoveerd zijn (6% vs. 4%).

AUTOCHTONEN-ALLOCHTONEN

Favoriete werkgever

AUTOCHTOON	ALLOCHTOON
1 Rabobank	1 Shell
2 Philips	2 Rabobank
3 Shell	3 Philips
4 Unilever	4 Unilever
5 ING	5 ING

Allochtonen vervullen min of meer dezelfde functies als autochtonen. De groep allochtonen met een laag inkomen (minder dan 30 duizend euro per jaar) is veel groter dan de groep autochtonen (41% vs. 25%), terwijl ze hetzelfde aantal contracturen per week werken. Slechts 19% vindt een laag salaris passend bij de huidige functie, tegen 12% van de autochtonen. 46% van de autochtonen en 40% van de allochtonen werkt bij een werkgever met meer dan 500 werknemers.

Allochtonen minder optimistisch over huidige arbeidsmarkt

Allochtonen zijn fors minder optimistisch over de huidige arbeidsmarkt dan autochtonen: 41% beoordeelt die als (zeer) ongunstig, tegen 33% van de autochtone hoogopgeleiden. De toekomst zien ze zonnig in: 57% denkt dat de arbeidsmarkt zich het komend jaar (veel) gunstiger zal ontwikkelen dan de huidige situatie. Autochtonen zien dat nog veel optimistischer: 68% voorspelt een (veel) gunstigere ontwikkeling.

Grote aantrekkingskracht allochtonen door goede doorgroeimogelijkheden

Een werkgever is interessant voor allochtonen als hij de volgende aspecten in de aanbieding heeft: goede doorgroeimogelijkheden (43%), een goede balans tussen werk en vrije tijd (36%), afwisselend werk (35%), goede opleidingsmogelijkheden (34%) en goede primaire arbeidsvoorwaarden (32%).

De top-5 pullfactoren van autochtonen ziet er anders uit: afwisselend werk (41%), goede balans tussen werk en vrije tijd (39%), goede doorgroeimogelijkheden (37%), goede primaire arbeidsvoorwaarden (30%) en een aansprekende bedrijfscultuur (30%). Vooral dit laatste aspect heeft voor allochtonen veel minder aantrekkingskracht (24%).

Evenveel werken, minder verdienen

Allochtonen verdienen niet alleen minder dan autochtonen, ze hebben ook bescheidenere salarisverwachtingen: 55% vindt een salaris van meer dan 45 duizend bruto passend bij een volgende functie, tegen 64% van de autochtonen. Autochtonen en allochtonen draaien ongeveer evenveel contracturen per week (36) en bijna evenveel werkelijk gemaakte uren (autochtonen 40, allochtonen 39). Autochtonen willen tot hun 62ste blijven werken, allochtonen twee jaar korter.

9458351564894161321616121612315513184188781

5365448952216514131216512368429

58351564894161321616121612315513184188

8125365448952216514

418878125365448952216514131

16512368429458952216514131216512368429458351564894161321616121612315513184188781

Allochtonen wensen materiëlere arbeidsvoorwaarden...

De top-5 verschilt niet zoveel, maar wanneer we verder kijken wordt duidelijk dat de wensen van hoogopgeleide allochtonen wat materiël van aard zijn. Allochtonen hechten meer waarde aan betaald overwerk (19% vs. 14%), signing bonus (3% vs. 1%) en een tegemoetkoming in woonlasten (8% vs. 4%).

...en hebben materiëlere ambities

De materiëlere inslag van allochtonen is ook terug te vinden in hun ambities. Net als autochtonen willen ze over vijf jaar vooral gelukkig blijven, een leuke uitdagende baan hebben en intellectueel gegroeid zijn, maar gelukkig blijven noemen allochtonen beduidend minder vaak (62% vs. 73%). Meer genoemd door allochtonen zijn in het buitenland gewerkt hebben (14% vs. 7%), een salarisstijging van minstens 50% (16% vs. 11%), een afgeronde MBA (6% vs. 3%) en een succesvolle eigen zaak (15% vs. 8%). Autochtonen streven vaker naar gelukkig blijven, een gezin hebben (34% vs. 28%) en meer vrije tijd (20% vs. 14%).

STARTERS, TWEDE STAPPERS EN PROFESSIONALS

Favoriete werkgever



59% van de starters is vrouw, tegen slechts 44% van de professionals. Relatief veel starters zijn actief in de functie-groep administratief/boekhouding/financieel/fiscaal (17%).

Starters werken minder

Starters (27%) en tweede stappers (25%) werken vaker dan professionals (20%) bij een klein bedrijf (2 tot 50 werknemers). Professionals (49%) werken vaker dan starters (41%) en tweede stappers (42%) bij een groot bedrijf met meer dan 500 werknemers. Starters werken met gemiddeld 34 contracturen per week twee uur minder dan hun meer ervaren collega's. Gerekend naar werkelijk gemaakte uren maken ze gemiddeld drie uur minder per week (37 uur vs. 40 uur).

Bijna helft starters negatief over arbeidsmarkt

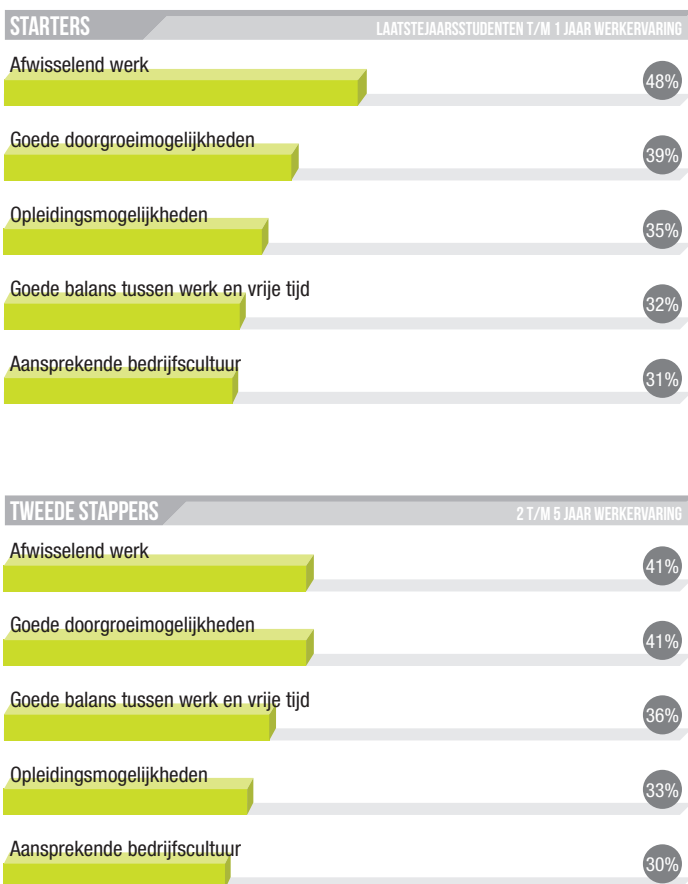
Het IIO 2011 bevestigt het: starters komen moeilijk aan het werk. 45% van hen beoordeelt de huidige arbeidsmarkt dan ook als (zeer) ongunstig, tegen 35% van de tweede stappers en 28% van de professionals. De ontwikkeling voor komend jaar zien starters als (zeer) gunstig (57%), maar toch lang niet zo positief als tweede stappers (68%) en professionals (69%).

Welzijnsfuncties populair onder starters

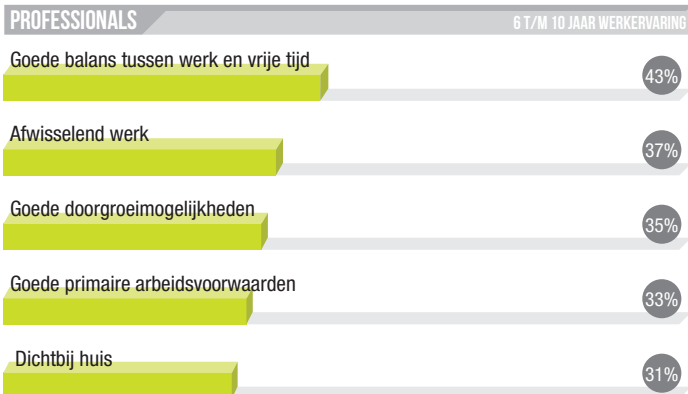
De voorkeuren voor een eventuele volgende baan liggen bij de drie subdoelgroepen verschillend. De functiegroep marketing/communicatie/PR is zowel onder starters (25%) als tweede stappers (23%) het populairst, professionals zien het meest in algemeen directie/algemeen management (24%). Opvallend is de verhoudingsgewijs grote voorkeur onder starters voor onderwijs/opleidingen/onderzoek (21%), sociaal-cultureel/welzijn (16%) en medische dienstverlening en zorg (9%).

Goede balans tussen werk en vrije tijd belangrijker voor professionals

Pullfactoren



Professionals op volgende pagina >>>



Niet verwonderlijk vinden starters andere aspecten belangrijk bij de keuze voor een toekomstige werkgever dan de twee andere subgroepen. Ze vinden bijvoorbeeld een goed imago op de arbeidsmarkt (7%) belangrijker dan tweede stappers (4%) en professionals (4%). Daarentegen vinden professionals zelfstandigheid (29%), financieel gezond (16%), goede balans tussen werk en vrije tijd (43%) en dichtbij huis (31%) belangrijker dan de starters (21%, 12%, 32% en 25%) en de tweede stappers (22%, 12%, 36% en 25%). Voor de pullfactor afwisselend werk geldt: hoe minder werkervaring, hoe belangrijker. Aan de andere kant: hoe meer werkervaring, hoe belangrijker hoogopgeleiden goede secundaire arbeidsvoorwaarden (29% vs. 24% vs. 17%) en een stimulerend management (21% vs. 17% vs. 10%) vinden.

Hoe meer ervaring, hoe liever grote werkgever

Hoe meer werkervaring, des te vaker hebben hoger opgeleiden een voorkeur voor een grote werkgever: 26% van de professionals, 21% van de tweede stappers en 14% van de starters ambieert een volgende baan bij een werkgever met meer dan 500 werknemers. Ook geldt dat starters vaker een voorkeur voor een kleine werkgever met minder dan 50 werknemers hebben (34%) dan tweede stappers (24%) en professionals (22%).

Tweede stappers en professionals willen thuiswerken...

De gewenste arbeidsvoorwaarden wijken enigszins van elkaar af: de mogelijkheid om thuis te werken is minder belangrijk voor starters (41%) dan voor tweede stappers (49%) en professionals (52%). Starters hechten sterk aan reiskostenvergoeding; de reiskostenvergoeding wordt minder belangrijk met het groeien van de werkervaring (starters 45%, tweede stappers 32% en professionals 23%). Dit geldt ook voor vergoeding studieschuld (starters 14%, tweede stappers 9% en professionals 6%) en betaald overwerk (starters 26%, tweede stappers 15% en professionals 9%). Daarentegen worden een tegemoetkoming in kosten kinderopvang (starters 13%, tweede stappers 20% en professionals 24%) en een tegemoetkoming in pensioenkosten (starters 12%, tweede stappers 20% en professionals 26%) belangrijker met het groeien van de werkervaring.

ONDERZOEKSOPZET

Het IIO 2011 is een online-vragenlijst die door Synovate in opdracht van VNU Media is uitgezet onder een aselechte steekproef. De netto respons bedroeg 3328. De genomen steekproef is representatief voor laatstejaars studenten en jonge hoogopgeleiden (HBO/WO) met maximaal tien jaar werkervaring in de Nederlandse samenleving. Het veldwerk van het IIO 2011 heeft plaatsgevonden in februari en maart 2011.

Meer met het IIO: Imagopakket en Benchmark

Naast het inzicht dat u krijgt in de wijze waarop de jonghoogopgeleide in hun werkzame leven staan is het ook mogelijk om onder deze doelgroep uw eigen imago te meten. Op deze manier kunt u uw arbeidsmarktinspanningen zo effectief en efficiënt mogelijk afstemmen.

Het Intermediair Imago Onderzoek

- geeft u beter inzicht in het imago van uw organisatie op de arbeidsmarkt ten opzichte van andere organisaties
- 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

Voor informatie over Intermediair Imago Onderzoek en deelname in 2012, kunt u contact opnemen met VNU Media.

Intermediair

VNU Media Recruitment
Mt Lincolnweg 40, 1033 SN Amsterdam
Postbus 37040, 1030 AA Amsterdam
Tel 020 - 204 2200
www.intermediair.nl/werkgever
customerservice@vnumedia.nl

5365448952216514131216512368429

58351564894161321616121612315513184188

8125365448952216514

418878125365448952216514131

16512368429458952216514131216512368429458351564894161321616121612315513184188781



STARTERS

WO-ERS

TWEDE STAPPERS

515648941613216161216123155131841
161231551318418878125365448952216514
81253654489522165141312165123684 2945895221651
5123684294583515648941613216
2315513184188781253654489522165141312165123684
5156489416132161612161231551318418878125365448952216514
81253654489522165141312165123684294589522165141312165123684 29458351564894161
21612315513184188781253654489522165141312165123684

5156489416132161612161231551318418878125365448952216514
81253654489522165141312165123684 294589522165141312165123684294583515648941613216161
3184188781253654489522165141312165123684
5156489416132161612161231551318418878125365448952216514
81253654489522165141312165123684 294589522165141312165123684294583515648941613
3184188781253654489522165141312165123684 2945835156489416132161612161
18418878125365448952216514
81253654489522165141312165123684294589522165141312165123684 294583515648941613216161216123155131841
53654489522165141312165123684 2945835
416132161612161231551318418878125365448952216514
81253654489522165141312165123684 2945895221651413121651236842945
4894161321616121612315513184188781253654489522165141312165123684 2945835156489
3155131841887812536544895221651
81253654489522165141312165123684 2945895221651413121651236842945

4894161321616121612315513184188781253654489522165141312165123684294583515648941613216161216123155131841
78125365448952216514
81253654489522165141312165123684 294589522165141312165123684294583515648941
3184188781253654489522165141312165123684 29458351564894161321616

1551318418878125365448952216514841887812536544822165141312165123684 294589522165141312165123684 2945
564894161321616121612315513184188781253654489522165141312165123684294583515648941613216161216123155131841
878125365448952216514
81253654489522165141312165123684 29458952211564894161321616121612315513184
253654489522165141312165123684 2945835156489416132161612161231

812536544895221651413121651236842945895221651413121651

29458351564894161321616121612315513184188781253654489522165141312165123684 294583515648941613216161
551318418878125365448952216514
81253654489522165141312165123684 294589522165141312165123684294583515648941
3184188781253654489522165141312165123684 2945835156489416132161612161231551318418
8952216514
81253654489522165141312165123684294589522165141312165123684 2

15648941613216161216123155131841887812536544895221651413121651236842945835
61231551318418878125365448952216514
812536544895221651413121651236842945895221
2165123684 29458351564894161321616121612315513184188781253654489522165141312165123684 2945835156489416132161612161231551318418878125365448952216514
2161612161231551318418878125365448952216514
81253654489522165141312165123684 294589522165141312165123684

Intermediair

VNU Media Recruitment

Mt Lincolnweg 40, 1033 SN Amsterdam

Postbus 37040, 1030 AA Amsterdam

Tel 020 - 204 2200

www.intermediar.nl/werkgever

customerservice@vnumedia.nl

intermediar
op elk ● in je carrière