

Hoe werven werkgevers?

Inzichten in de zoektocht van bedrijven naar personeel

27-9-2018

Plaatsen van vacatureteksten belangrijkste wervingsmethode werkgevers

- **Werkgevers werven personeel vooral door het zelf verspreiden van vacatureteksten.** Vaak in combinatie met andere wervingsmethoden, zoals het zelf actief benaderen van kandidaten of het inschakelen van een externe organisatie.
- **Het zelf verspreiden van vacatureteksten** gebeurt vooral via de eigen website, sociale media en vacaturesites. Wervingsvideo's komen maar beperkt voor en bijna altijd in combinatie met een vacaturetekst.
- **Het actief benaderen van kandidaten** gebeurt het meest via eigen personeel, relaties en sociale media.
- Als bedrijven **externe hulp bij het werven** inschakelen, is dat meestal een wervings- en selectiebureau. Dit gebeurt met name bij vacatures waarvoor een hoger opleidingsniveau wordt gevraagd.
- De gebruikte **sociale media** verschillen sterk naar gevraagd opleidingsniveau. Facebook wordt vooral ingezet voor lager en middelbaar niveau en LinkedIn voor hogere opleidingsniveaus.
- Werkgevers verwachten in **de toekomst** niet wezenlijk anders te gaan werven. Wel leggen zij een sterker accent op sociale media bij het zelf actief benaderen van kandidaten.
- Een op de vijf bedrijven neemt personeel aan **zonder externe werving**. Dit gebeurt vooral via relaties en doorstroom na stages.

Onderzoek naar werving onder 6.700 bedrijven

In het voorjaar van 2018 is in opdracht van UWV een enquêteonderzoek verricht naar personeelswerving onder ruim 6.700 bedrijfsvestigingen¹ met minimaal twee werkzame personen. Doel van dit onderzoek was onder andere inzicht te bieden in het wervingsgedrag² van werkgevers en de inzet van wervingskanalen.

Met de resultaten wil UWV de dienstverlening aan werkzoekenden en werkgevers ondersteunen. De uitkomsten kunnen worden gebruikt om tips te geven aan werkzoekenden, zodat ze hun zoekgedrag op dat van de werkgevers kunnen aanpassen. Zo verschillen de wervingskanalen die bedrijven gebruiken sterk naar beroepsniveau en beroepsrichting. Werkgevers kunnen op ideeën worden gebracht voor hun wervingstrategie. Dat is extra belangrijk nu het in veel sectoren zo moeilijk is om aan personeel te komen.

In dit artikel beschrijven we op welke wijze werkgevers werven voor hun vacatures³ en of zij personen aannemen zonder dat hier een vacature voor openstaat. Het enquêteonderzoek richtte zich ook op de vraag in hoeverre bedrijven te maken hebben met moeilijk vervulbare vacatures. De resultaten hiervan zijn in een aparte publicatie uitgebracht.⁴ De onderzoeksmethode is beschreven in bijlage I.

¹ Voor de leesbaarheid gebruiken we in dit artikel de term 'bedrijven' in plaats van 'bedrijfsvestigingen'.

² Onder werving verstaan wij de werving voor personeel buiten de eigen bedrijfsvestiging, ofwel externe werving.

³ Onder vacature verstaan wij een open arbeidsplaats, op de loonlijst van het bedrijf. Het gaat hier niet om de telling van het aantal gepubliceerde vacatures: vacatures kunnen bijvoorbeeld ook op een poster in het raamkozijn hangen, of via een werving- en selectiebureau zonder dat zij ergens geregistreerd staan.

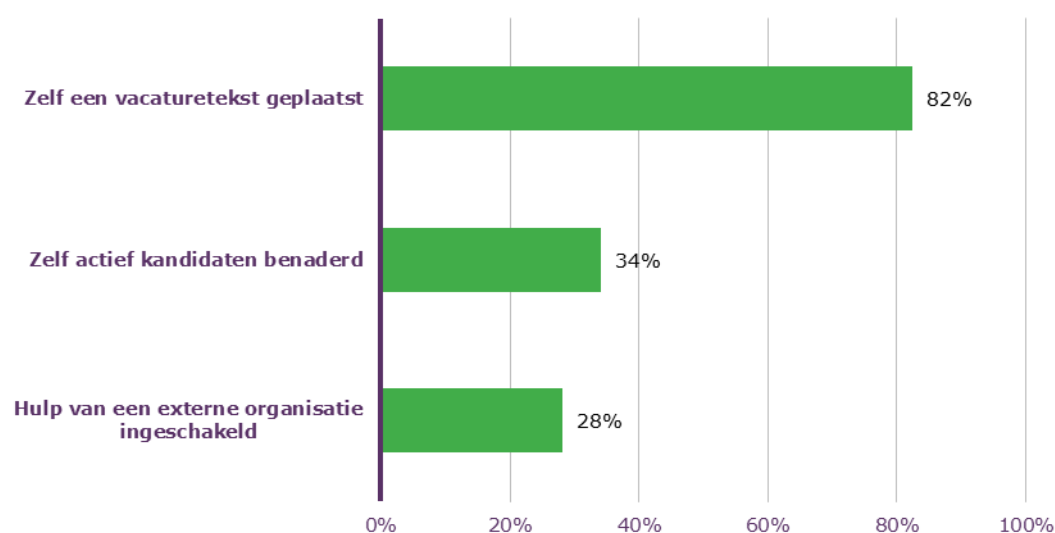
⁴ UWV (21 augustus 2018). Moeilijk vervulbare vacatures. Oorzaken en gevolgen voor werkgevers.

Wervingsmethoden voor vacatures

Voor acht op de tien vacatures publiceert werkgever zelf een vacaturetekst

55 procent van de onderzochte bedrijven heeft in 2017 personeel geworven om zelf in dienst te nemen. De wijze waarop bedrijven dat doen is in drie categorieën te onderscheiden: het zelf plaatsen van een vacaturetekst⁵, het zelf benaderen van kandidaten of het inschakelen van hulp van een externe organisatie. Voor een ruime meerderheid van de vacatures wordt een vacaturetekst geplaatst (82%). Voor een derde van de vacatures worden kandidaten zelf actief benaderd. Voor 28 procent van de vacatures wordt een externe organisatie ingeschakeld.

Figuur 1 Wervingsmethoden
Percentage van de vacatures (meerdere antwoorden mogelijk)⁶

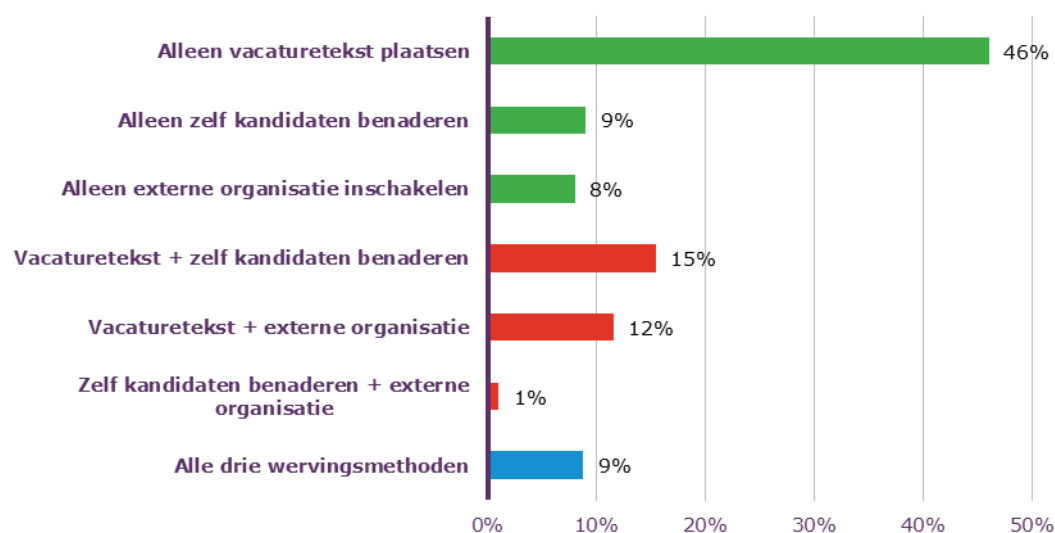


De drie wervingsmethoden worden soms afzonderlijk gebruikt en soms in combinatie. Voor 46 procent van de vacatures wordt alleen een vacaturetekst gepubliceerd. Voor 36 procent gebeurt dat in combinatie met een van de twee andere methoden. In 18 procent van de gevallen plaatst het bedrijf zelf geen vacaturetekst, maar gaat zelf actief op zoek naar kandidaten of schakelt een externe organisatie in.

⁵ In de vragenlijst zijn aparte vragen gesteld over het gebruik van vacatureteksten en wervingsvideo's, als twee varianten op dezelfde wervingsmethode. De wervingsvideo komt weinig voor (4%) en bijna altijd in combinatie met een vacaturetekst. Daarom noemen we wervingsvideo's in de tekst verder niet.

⁶ Omdat er meerdere antwoorden mogelijk zijn, tellen de percentages op tot meer dan 100 procent.

Figuur 2 Combinaties van de drie wervingsmethoden
Percentage van de vacatures



Zelf actief benaderen van kandidaten vooral bij agrarische en ICT-beroepen

- Werven via vacatureteksten komt vooral veel voor bij creatieve en taalkundige beroepen (95%), openbaar bestuur, veiligheid en juridische beroepen (95%). Voor agrarische beroepen maken bedrijven het minst gebruik van vacatureteksten (50%).
- Het zelf actief benaderen van kandidaten komt met name voor bij agrarische beroepen (53%) en ICT-beroepen (44%).
- Het inschakelen van externe organisaties komt het meest voor bij ICT-beroepen (54%) en technische beroepen (46%). Externe organisaties worden vaker ingeschakeld naarmate de vacatures moeilijker vervulbaar zijn.⁷ Ook worden ze meer gebruikt als er veel relevante werkervaring wordt gevraagd. Zie voor meer details bijlage II, tabel II.1.

Vacatureteksten vooral verspreid via eigen website, sociale media en vacaturesites

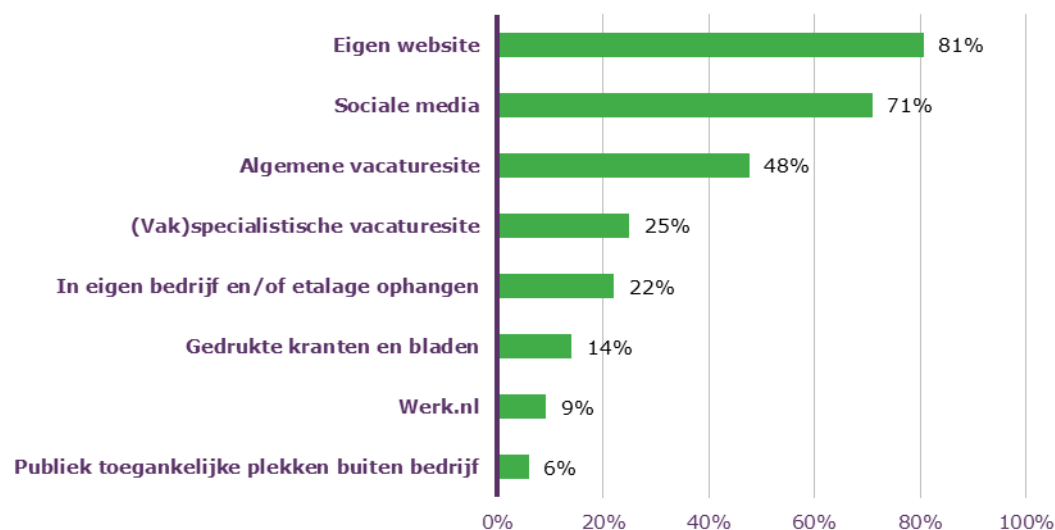
Vacatureteksten worden vooral geplaatst op de eigen website (81% van de vacatures), gevolgd door plaatsing op sociale media (71%) en op algemene of specialistische vacaturesites (resp. 48% en 25%). Van de vacatures gepubliceerd op sociale media is 91 procent ook op een website gepubliceerd (eigen site, vacaturesites, werk.nl⁸).

⁷ Dat sluit aan bij de extra inspanningen die bedrijven noemen om moeilijk vervulbare vacatures toch vervuld te krijgen. Daarbij gaat het vaak om aanpassing of uitbreiding van het wervingstraject. Zie het eerder genoemde artikel over moeilijk vervulbare vacatures.

⁸ Op werk.nl staan niet uitsluitend vacatures die door werkgevers aan UWV worden gemeld. Vacatures komen op drie manieren op werk.nl terecht. Ten eerste doordat werkgevers die zelf via werk.nl aanmelden. Ten tweede door geautomatiseerde meldingen, een methode die steeds meer wordt gebruikt door grote werkgevers en grote intermediairs. Ten derde via de vacaturespider Jobfeed, die op internet naar vacatures zoekt. Daarbij gaat het vooral om vacatures die werkgevers via hun eigen website aanbieden.

Vrijwel alle vacatureteksten zijn op de een of andere manier op internet te vinden. Slechts 2 procent verschijnt alleen op papier (ergens opgehangen, gedrukte media).

Figuur 3 Kanalen die gebruikt zijn om externe vacaturetekst te publiceren
Percentage van de vacatures (meerdere antwoorden mogelijk)



Verspreiding vacaturetekst via sociale media vooral bij ICT-beroepen en creatieve en taalkundige beroepen

- De eigen website wordt het meest gebruikt voor ICT-beroepen en managers en het minst voor transport en logistiek beroepen.
- Specialistische vacaturesites spelen een grote rol bij de werving voor zorg- en welzijnberoepen en pedagogische beroepen. Ze worden veel vaker gebruikt voor vacatures met een hoger dan met een lager minimaal opleidingsniveau.
- Sociale media worden veel ingezet voor ICT-beroepen en voor creatieve en taalkundige beroepen.
- In het eigen bedrijf ophangen van vacatureteksten komt relatief veel voor bij dienstverlenende beroepen. Dat is te verklaren doordat hier ook de horecaberoepen onder vallen. Zie voor meer details bijlage II, tabel II.2.

Facebook vooral ingezet voor lager en middelbaar niveau en LinkedIn voor hogere opleidingsniveaus

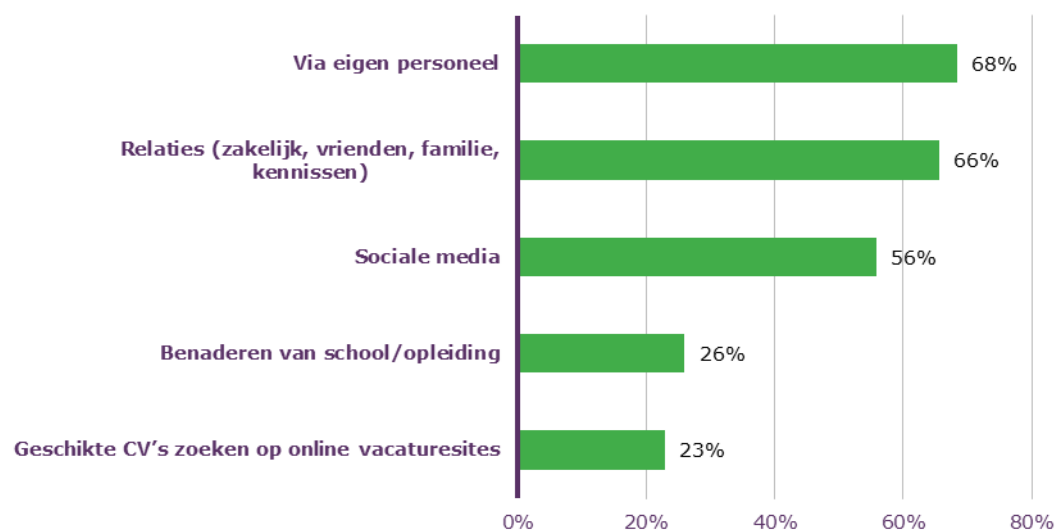
Als vacatures via sociale media worden verspreid, dan gebeurt dat vooral via Facebook (82%) en LinkedIn (60%). Twitter (19%) en Instagram (12%) volgen op ruime afstand. Voor functies waarvoor een hoger minimaal opleidingsniveau wordt gevraagd is LinkedIn het belangrijkste kanaal. Voor functies op lager en middelbaar niveau is dat Facebook.

In andere onderzoeken komt LinkedIn als wervingskanaal sterker naar voren dan Facebook.⁹ Die onderzoeken zijn echter vooral gericht op grote bedrijven met HR-professionals die actief zijn in het volgen van nieuwe (vooral digitale) ontwikkelingen. Dit onderzoek richt zich op alle bedrijven in Nederland, om een representatief beeld te geven van de wijze waarop geworven wordt in heel Nederland. Daarnaast wordt in dit onderzoek het gebruik van sociale media per vacature gemeten en niet per bedrijf. Er zijn meer vacatures op lager en middelbaar niveau dan op hoger niveau. Dat Facebook veel wordt gebruikt als wervingskanaal is niet zo vreemd. Er zijn namelijk ruim twee keer zoveel Nederlanders met een Facebook-profiel (10,8 miljoen) als met een LinkedIn-profiel (4,4 miljoen). Onder de dagelijkse gebruikers is het verschil nog groter: Facebook 7,6 miljoen en LinkedIn 0,5 miljoen. De verhouding tussen de verschillende sociale media kan snel veranderen. Zo groeit het aantal Instagram-gebruikers sterk, terwijl Facebook vooral onder jongeren minder populair wordt.¹⁰ We hebben helaas geen informatie over het gebruik van specifieke sociale media door individuen naar opleidingsniveau. Wel blijkt uit cijfers van het CBS dat hoger opgeleiden sociale media vaker inzetten voor hun professionele netwerk, dan lager en middelbaar opgeleiden.¹¹

Zelf actief kandidaten benaderen gebeurt het vaakst via eigen personeel, relaties en sociale media

Als bedrijven zelf actief kandidaten benaderen, doen ze dat het vaakst via het eigen personeel (68%) of via relaties (66%). Maar ook sociale media spelen een belangrijke rol (56%). Verder benaderen bedrijven kandidaten via opleidingsinstellingen of zoeken ze geschikte cv's op vacaturesites.

Figuur 4 Manieren waarop de werkgever zelf kandidaten actief heeft benaderd
Percentage van de vacatures (meerdere antwoorden mogelijk)



Het actief benaderen van kandidaten via sociale media komt relatief veel voor bij vacatures voor ICT-beroepen. Benaderen via opleidingsinstellingen gebeurt vaak bij zorg en welzijn beroepen en ICT-beroepen. Benaderen van kandidaten via relaties komt veel voor bij commerciële beroepen. Er zijn geen grote verschillen naar het minimaal gevraagde opleidingsniveau. Zie voor meer details bijlage II, tabel II.3.

⁹ Academie voor Arbeidsmarktcommunicatie (2018), De stand van werven 2018. MRWork (2018), Social media recruitment onderzoek (2017).

¹⁰ Newcom Research & Consultancy (2018), Nationale Social Media Onderzoek 2018.

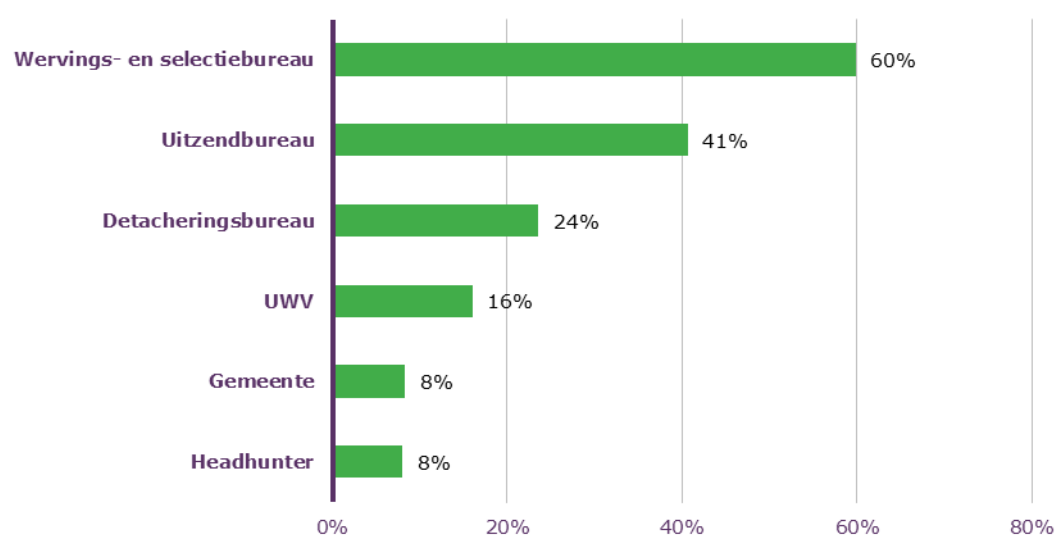
¹¹ CBS Statline (2018), Internet; toegang, gebruik en faciliteiten.

Net als bij het verspreiden van vacatureteksten, speelt Facebook (75%) bij het actief benaderen van kandidaten een grotere rol dan LinkedIn (68%). Het verschil tussen deze twee sociale media is nu wel minder groot. Twitter (16%) en Instagram (7%) volgen weer op ruime afstand. Ook nu verschilt de verhouding tussen de grootste twee duidelijk per gevraagd opleidingsniveau. Voor vacatures op lager en middelbaar niveau is Facebook veruit het belangrijkste. Voor functies op hoger niveau is dat LinkedIn.

Wervings- en selectiebureaus meest ingeschakelde hulp bij werving

Als bedrijven de hulp van een externe organisatie inroepen, is dat het vaakst een wervings- en selectiebureau (60%), gevolgd door een uitzendbureau (41%) of een detachingsbureau (24%). Uitzend- en detachingsbureaus hebben niet als primair doel om personeel voor hun klanten te werven, maar een uitzendbaan of detachering kan wel een aanloop zijn naar een regulier dienstverband. Ook kan een bedrijf al bij het begin van een uitzendbaan of detachering de intentie hebben de betreffende persoon na afloop in dienst te nemen. Daar gaat het in dit geval om.

Figuur 5 **Organisaties die zijn ingeschakeld voor hulp bij het werven van kandidaten**
Percentage van de vacatures (meerdere antwoorden mogelijk)



Als de minimaal vereiste opleiding laag is, spelen uitzendbureaus de grootste rol. Naarmate het gevraagde niveau hoger is, zijn wervings- en selectiebureaus belangrijker. Zie voor meer details bijlage II, tabel II.4.

Werkgevers verwachten in de nabije toekomst niet wezenlijk anders te gaan werven

Hiervoor ging het over de wervingsmethoden die bedrijven in 2017 hebben gebruikt. In de enquête is ook gevraagd hoe bedrijven verwachten in de toekomst, in dit geval 2018, te gaan werven. In de antwoorden valt vooral op dat er meer verschillende kanalen worden genoemd. Dat kan ten eerste te maken hebben met de verwachting dat het moeilijker wordt om vacatures te vervullen, waardoor men meerdere kanalen verwacht te gebruiken.¹² Een tweede mogelijkheid is dat de respondenten nog meerdere opties openhouden, omdat ze nog niet precies weten hoe ze gaan werven. De

¹² UWV (augustus 2018). Moeilijk vervulbare vacatures. Oorzaken en gevolgen voor werkgevers.

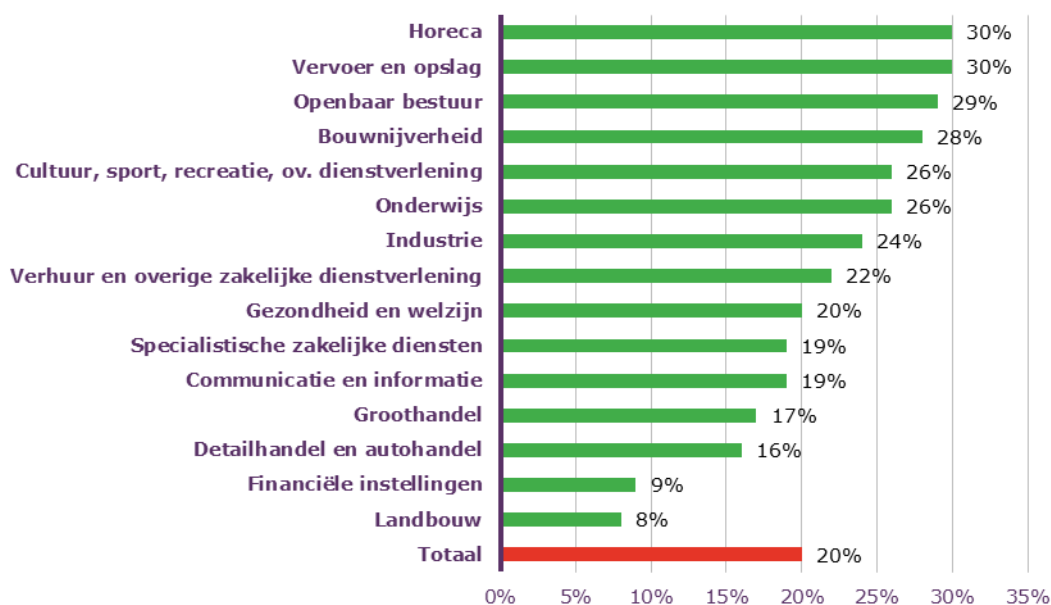
rangorde van de wervingskanalen is voor 2018 niet wezenlijk anders dan in 2017. Het grootste verschil is te zien bij de manier waarop bedrijven zelf actief kandidaten benaderen. 75 procent van de bedrijven verwacht daarvoor in 2018 sociale media te gebruiken; over 2017 was dat nog 52 procent. Toch blijven eigen personeel en relaties op dit punt ongeveer net zo belangrijk als sociale media.¹³

Personeelsaanname zonder externe werving

Een op de vijf bedrijven neemt personeel aan zonder externe werving

Bedrijven nemen ook personeel aan zonder dat zij hiervoor een externe vacature plaatsen. Zo kan iemand bij een bedrijf binnenlopen met de vraag of ze nog personeel nodig hebben, via een medewerker voorgedragen worden bij een werkgever of doorstromen in een baan na een stageperiode. Een op de vijf bedrijven heeft in 2017 personeel aangenomen zonder een externe vacature. Dit verschilt per sector. Het aandeel bedrijven dat personeel heeft aangenomen zonder externe werving is het grootst (30%) in de horeca en de sector vervoer en opslag. In de financiële dienstverlening en de landbouw heeft nog geen 1 op de 10 bedrijven personeel zonder externe werving aangenomen.

Figuur 6 Aandeel bedrijven waar werknemers zonder externe vacature zijn aangenomen, naar sector



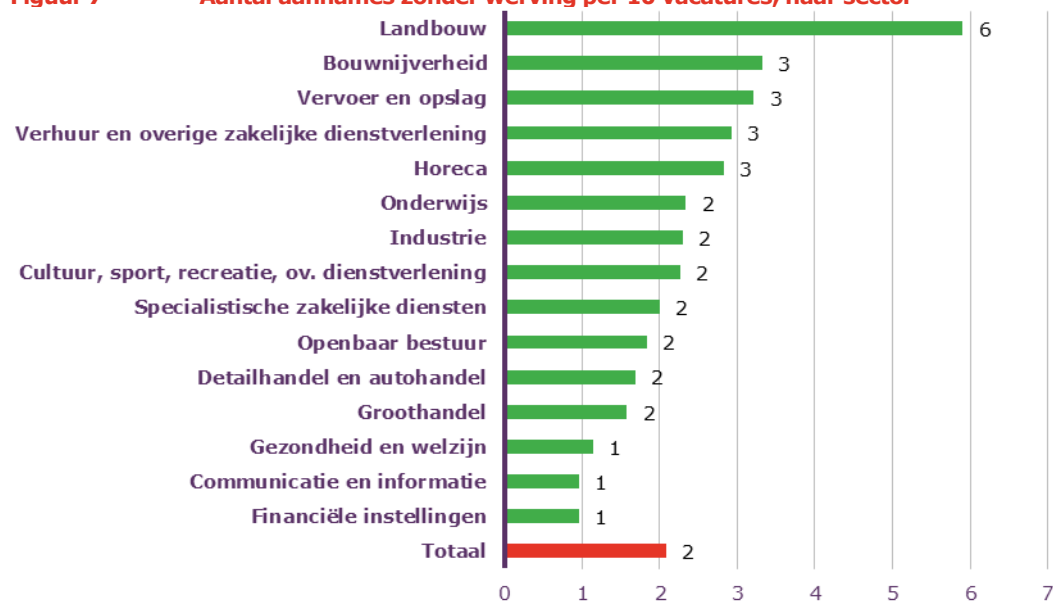
¹³ Deze analyse heeft alleen betrekking op bedrijven die in 2017 extern geworven hebben en ook verwachten dat in 2018 te gaan doen. Deze groep bevat relatief veel grote bedrijven, omdat het daar het meest voor de hand ligt dat er in beide jaren wordt geworven.

Per 10 externe vacatures worden 2 personen zonder externe werving aangenomen

Om het belang van deze minder zichtbare wijze van personeelsaanname inzichtelijk te maken, is gekeken naar het aantal aannames zonder externe werving in verhouding tot het aantal externe vacatures. Hieruit blijkt dat per 10 vacatures, 2 personen worden aangenomen zónder dat hier een externe vacature voor wordt geplaatst. Het aantal personen dat wordt aangenomen zonder externe werving is in verhouding tot het aantal externe vacatures het grootst in de landbouwsector, waar per 10 externe vacatures 6 personen zonder externe werving worden aangenomen. Tegelijkertijd bleek eerder dat het aandeel bedrijven in de landbouw dat personen aanneemt zonder externe werving vrij laag is. Het hoge verhoudingsgetal is het gevolg van het relatief lage aantal externe vacatures dat in de landbouwsector voorkomt. Daarnaast wordt er in de sector door diverse branches veel gebruik gemaakt van de (tijdelijke) inzet van personeel die via-via in contact komt met de werkgever (scholieren en kennissen) bij piekperiodes waarbij tijdelijk extra werk te verzetten is, wat typerend is voor de sector.¹⁴ In deze gevallen valt het aantal personen dat zonder externe werving is aangenomen hoog uit.

Naar beroepsklasse is een vergelijkbaar beeld te zien: het aantal aannames zonder werving is naar verhouding tot het aantal vacatures het grootst voor de agrarische beroepen: per 10 externe vacatures worden 11 personen aangenomen zonder externe werving. Voor de overige beroepsgroepen ligt de verhouding tussen de 1 à 3 aannames zonder werving per 10 vacatures.

Figuur 7 Aantal aannames zonder werving per 10 vacatures, naar sector



Personeelsaanname zonder werving vooral via netwerk en stages

Bijna de helft van de bedrijven die personeel zonder werving hebben aangenomen, heeft dit gedaan nadat zij met hen in contact zijn gekomen via het netwerk van medewerkers of via het netwerk van de HRM-afdeling (zie tabel 1). Een kwart van deze bedrijven neemt iemand in dienst die eerder bij hen stage heeft gelopen. Open sollicitaties hebben bij 1 op de 5 werkgevers tot een dienstverband

¹⁴ Ecorys (2013). Contractvormen en motieven van werkgevers en werknemers.

geleid. 1 op de 10 bedrijven heeft daarnaast ook uitzendkrachten overgenomen op de eigen loonlijst, zonder dat hier externe werving bij kwam kijken.

Om te achterhalen of er nog andere aannemekanalen zijn voor personeel, zonder dat er externe werving plaats heeft gevonden, is werkgevers ook een open antwoordmogelijkheid aangeboden in de enquête. Hieruit bleek dat interne doorstroom (van vestiging naar vestiging) ook vaak voorkomt bij bedrijven. Daarnaast komen bij veel bedrijven oudgedienden, die eerder voor het bedrijf hebben gewerkt weer terug.

De wijze waarop bedrijven personeel zonder werving hebben aangenomen, verschilt per sector. Zo heeft ruim driekwart van de bedrijven in de groothandel personeel aangenomen via het netwerk van hun personeel of HRM-afdeling (76%). In de cultuur, sport, recreatie en overige dienstverleningssector vindt dit vooral plaats na afronding van een stage (44%). Ruim een derde van de horecabedrijven neemt personeel aan naar aanleiding van een open sollicitatie (36%). Twee vijfde van de bedrijven in het openbaar bestuur heeft uitzendkrachten zelf in dienst genomen (40%).

Tabel 1 Wijze waarop personen zonder externe werving in dienst zijn gekomen
meerdere antwoorden mogelijk

	In contact gekomen via relaties/netwerk van medewerkers (zakelijk, vrienden, familie, kennissen)	Na een stage in dienst gekomen	In contact gekomen via relaties/netwerk van de HRM-afdeling/directie (zakelijk, vrienden, familie, kennissen)	Via spontane/open sollicitatie van onbekende(n)	Na een uitzendcontract in dienst gekomen	Anders	Zeg ik liever niet / weet ik niet
Landbouw	17%	1%	32%	2%	34%	16%	0%
Industrie	20%	19%	28%	23%	32%	14%	2%
Bouwnijverheid	23%	11%	22%	11%	27%	18%	3%
Groothandel	42%	16%	34%	4%	14%	4%	0%
Detailhandel en autohandel	32%	27%	14%	15%	5%	17%	4%
Vervoer en opslag	35%	20%	26%	27%	14%	7%	0%
Horeca	38%	15%	18%	36%	3%	20%	0%
Communicatie en informatie	31%	30%	35%	14%	3%	10%	0%
Financiële instellingen	40%	24%	13%	15%	8%	21%	1%
Verhuur en overige zakelijke dienstverlening	32%	20%	16%	18%	16%	9%	3%
Specialistische zakelijke diensten	20%	37%	20%	12%	3%	27%	0%
Openbaar bestuur	7%	18%	21%	3%	40%	37%	7%
Onderwijs	26%	26%	30%	11%	2%	30%	0%
Gezondheid en welzijn	15%	39%	15%	17%	3%	28%	0%
Cultuur, sport, recreatie, overige dienstverlening	12%	44%	9%	14%	1%	23%	0%
Totaal	26%	25%	21%	17%	11%	19%	1%

Bijlage I: Onderzoeksmethode

In opdracht van UWV heeft onderzoeksbureau I&O Research in de periode maart-april 2018 ongeveer 40.000 bedrijfsvestigingen met minimaal twee werkzame personen benaderd met het verzoek mee te werken aan een onderzoek naar personeelswerving. Hierbij werd personen die zicht hebben op het personeelsbestand en werving van personeel voor de desbetreffende vestiging gevraagd een vragenlijst via internet in te vullen of deze telefonisch af te laten nemen. Voor het onderzoek is uit LISA, een populatiebestand van bedrijfsvestigingen, een gestratificeerde steekproef getrokken naar vijftien sectoren en drie omvangklassen (tabel I.1). De netto respons bestond uit 6.764 bedrijfsvestigingen. Om representatieve uitspraken te kunnen doen over de populatie van bedrijfsvestigingen in Nederland zijn de resultaten gewogen. De vragenlijst bevatte naast vragen op het niveau van de vestiging ook vragen op het niveau van individuele ontstane vacatures. Respondenten beschreven de kenmerken, toegepaste wervingsmethoden en mogelijke wervingsproblemen voor maximaal drie vacatures uit aselekt gekozen beroepsklassen waarvoor in 2017 in de vestiging vacatures waren ontstaan. Deze informatie is geëxtrapoleerd naar alle in 2017 ontstane vacatures binnen de verschillende beroepsklassen. Respondenten werden bij het bepalen van de beroepsklasse waartoe vacatures behoren geholpen doordat in de vragenlijst per beroepsklasse voorbeelden van specifieke beroepen weergegeven werden (tabel I.2). Het onderzoeksbureau heeft een tabellenset en databestanden met weegfactoren aan UWV opgeleverd. De analyses voor dit artikel zijn door UWV verricht.

Tabel I.1 Gehanteerde namen van sectoren

Sector (SBI 2008)	Gehanteerde naam
Landbouw, bosbouw en visserij	Landbouw
Industrie, delfstofwinning, energievoorziening, waterbedrijven en afvalbeheer	Industrie
Bouwnijverheid	Bouwnijverheid
Groothandel	Groothandel
Autohandel/detailhandel	Detailhandel en autohandel
Vervoer, opslag	Vervoer en opslag
Horeca	Horeca
Communicatie en informatie	Communicatie en informatie
Financiële instellingen	Financiële instellingen
Verhuur van en handel in onroerend goed, uitzendbureaus en arbeidsbemiddeling, facility management, reiniging en landschapsverzorging, verhuur van roerende goederen, reisebemiddeling, beveiliging en overige zakelijke dienstverlening	Verhuur en overige zakelijke dienstverlening
Advisering, onderzoek en overige specialistische zakelijke diensten	Specialistische zakelijke diensten
Openbaar bestuur	Openbaar bestuur
Onderwijs	Onderwijs
Gezondheid/welzijn	Gezondheid en welzijn
Cultuur, sport en recreatie en overige dienstverlening	Cultuur, sport, recreatie, overige dienstverlening

Tabel I.2 Gehanteerde beroepsklassen en voorbeelden bijbehorende beroepen

Beroepsklasse	Voorbeelden
Pedagogische beroepen	Docenten, sportinstructeurs, leidsters kinderopvang en onderwijsassistenten
Creatieve en taalkundige beroepen	Auteurs en kunstenaars, vakspecialisten op artistiek/cultureel gebied, journalisten
Commerciële beroepen	Adviseurs marketing, PR en sales, vertegenwoordigers en inkopers, verkopers, callcentermedewerkers outbound.
Bedrijfseconomische en administratieve beroepen	Receptionisten, boekhoudkundig medewerkers, logistiek medewerkers, administratief personeel, consultants, zakelijke dienstverleners, makelaars, medewerkers data-invoer
Managers	Algemeen directeuren, financieel managers, hotelmanagers, HR managers, managers gezondheidszorg
Openbaar bestuur, veiligheid en juridische beroepen	Overheidsambtenaren/bestuurders, juristen, beveiligingsmedewerkers.
Technische en productie-beroepen	Schilders, bouwvakkers, elektriciens, architecten, chemici, automonteurs, assemblagemedewerkers, bedieners machines en installaties, procesoperators, juweliers, meubelmakers, schoenmakers, drukkers, elektrotechnici, werktuigbouwkundigen.
ICT beroepen	Software- en applicatieontwikkelaars, databank- en netwerkspecialisten, gebruikersondersteuning ICT, radio- en televisietechnici.
Agrarische beroepen	Tuinders, akkerbouwers en veetelers.
Zorg en welzijn beroepen	Artsen, therapeuten en verpleegkundigen, psychologen, sociologen, tandartsassistenten, ambulancepersoneel, sociaal werkers, groeps- en woonbegeleiders, verzorgenden.
Dienstverlenende beroepen	Koks, barpersoneel, kappers, conciërges, schoonmakers en keukenhulpen
Transport en logistiek beroepen	Vrachtwagenchauffeurs, heftruckchauffeurs, treinmachinisten, piloten, taxichauffeurs, luchtverkeersleiders, vuilnisophalers, laders en lossers, vakkenvullers.
Overig	

Bijlage II Tabellen over wervingsmethoden naar beroepsklasse en minimum opleidingsniveau

Tabel II.1 Manier waarop voor de functie is geworven

Procenten van het aantal ontstane vacatures (meerdere antwoorden mogelijk)

	Zelf een vacaturetekst plaatsen	Zelf actief kandidaten benaderen	Hulp van een externe organisatie inschakelen
Beroepsklasse			
Pedagogische beroepen	90%	28%	13%
Creatieve en taalkundige beroepen	95%	33%	12%
Commerciële beroepen	76%	31%	28%
Bedrijfseconomische en administratieve beroepen	81%	27%	32%
Managers	81%	36%	34%
Openbaar bestuur, veiligheid en juridische beroepen	95%	13%	19%
Technische en productie beroepen	73%	41%	46%
ICT beroepen	83%	44%	54%
Agrarische beroepen	50%	54%	30%
Zorg en welzijn beroepen	91%	34%	19%
Dienstverlenende beroepen	88%	32%	15%
Transport en logistiek beroepen	78%	33%	33%
Overig	84%	35%	24%
Minimum opleidingsniveau			
Laag	77%	32%	24%
Middelbaar	83%	35%	26%
Hoog	86%	35%	34%
Totaal	82%	34%	28%

Tabel II.2 Kanalen gebruikt voor vacaturetekst

Procenten van het aantal ontstane vacatures (meerdere antwoorden mogelijk)

	Eigen website	Algemene vacaturesite	(Vak)specialistische vacaturesite	Social media	Werk.nl	Gedrukte kranten en bladen	In eigen bedrijf en/of etalage ophangen	Publiek toegankelijke plekken buiten bedrijf
Beroepsklasse*								
Pedagogische beroepen	81%	55%	40%	66%	8%	11%	18%	2%
Creatieve en taalkundige beroepen	74%	41%	27%	83%	2%	5%	13%	0%
Commerciële beroepen	80%	49%	16%	74%	5%	7%	21%	5%
Bedrijfseconomische en administratieve beroepen	85%	51%	26%	78%	7%	15%	13%	2%
Managers	91%	53%	30%	73%	6%	13%	25%	2%
Openbaar bestuur, veiligheid en juridische beroepen	88%	57%	32%	78%	6%	12%	14%	7%
Technische en productie beroepen	81%	47%	26%	68%	13%	23%	24%	5%
ICT beroepen	92%	56%	32%	82%	6%	4%	11%	6%
Zorg en welzijn beroepen	85%	52%	46%	66%	12%	17%	21%	7%
Dienstverlenende beroepen	77%	41%	10%	75%	9%	9%	33%	9%
Transport en logistiek beroepen	69%	42%	13%	64%	15%	17%	25%	7%
Overig	80%	41%	19%	66%	8%	16%	26%	10%
Minimum opleidingsniveau								
Laag	72%	42%	12%	68%	12%	16%	31%	10%
Middelbaar	81%	49%	24%	72%	9%	17%	22%	5%
Hoog	88%	51%	36%	72%	8%	9%	15%	4%
Totaal	81%	48%	25%	71%	9%	14%	22%	6%

* De agrarische beroepen zijn weggelaten vanwege te weinig waarnemingen. Ze zijn wel meegerekend in het totaal.

Tabel II.3 Manier van zelf actief benaderen van kandidaten
Procenten van het aantal ontstane vacatures (meerdere antwoorden mogelijk)

	Social media	Benaderen van school/opleiding	Geschikte CV's zoeken op online vacaturesites	Via eigen personeel	Relaties (zakelijk, vrienden, familie, kennissen)
Beroepsklasse*					
Pedagogische beroepen	44%	28%	12%	62%	53%
Commerciële beroepen	55%	17%	21%	61%	80%
Bedrijfseconomische en administratieve beroepen	52%	12%	23%	68%	74%
Managers	52%	7%	12%	56%	71%
Technische en productie beroepen	57%	29%	27%	66%	70%
ICT beroepen	79%	38%	30%	72%	60%
Zorg en welzijn beroepen	57%	40%	28%	78%	56%
Dienstverlenende beroepen	56%	28%	19%	72%	67%
Transport en logistiek beroepen	50%	14%	21%	70%	53%
Overig	59%	27%	28%	75%	63%
Minimum opleidingsniveau					
Laag	52%	17%	17%	65%	74%
Middelbaar	53%	30%	25%	68%	60%
Hoog	61%	27%	24%	71%	67%
Totaal	56%	26%	23%	68%	66%

* De creatieve en taalkundige beroepen, openbaar bestuur, veiligheid en juridische beroepen en agrarische beroepen zijn weggelaten vanwege te weinig waarnemingen om deze uitsplitsing te maken. Ze zijn wel meegerekend in het totaal.

Tabel II.4 Soort organisatie ingeschakeld voor externe hulp bij het werven van kandidaten

Procenten van het aantal ontstane vacatures (meerdere antwoorden mogelijk)

	Wervings- en selectiebureau	Gemeente	UWV	Detachingsbureau	Uitzendbureau	Headhunter
Beroepsklasse*						
Pedagogische beroepen	43%	0%	5%	54%	34%	0%
Commerciële beroepen	66%	4%	18%	12%	32%	14%
Bedrijfseconomische en administratieve beroepen	67%	2%	15%	18%	36%	5%
Managers	79%	4%	8%	12%	19%	21%
Technische en productie beroepen	58%	7%	12%	35%	56%	6%
ICT beroepen	84%	2%	5%	22%	15%	15%
Zorg en welzijn beroepen	54%	17%	22%	43%	37%	10%
Dienstverlenende beroepen	42%	20%	32%	5%	38%	3%
Transport en logistiek beroepen	38%	13%	21%	11%	66%	1%
Overig	59%	9%	22%	19%	35%	10%
Minimum opleidingsniveau						
Laag	31%	18%	29%	12%	57%	2%
Middelbaar	56%	8%	18%	26%	50%	5%
Hoog	81%	3%	7%	28%	21%	15%
Totaal	60%	8%	16%	24%	41%	8%

* De creatieve en taalkundige beroepen, openbaar bestuur, veiligheid en juridische beroepen en agrarische beroepen zijn weggelaten vanwege te weinig waarnemingen. Ze zijn wel meegerekend in het totaal.

Bijlage III Gecombineerd overzicht wervingsmethoden

In dit artikel zijn de externe wervingskanalen in drie groepen behandeld (publiceren vacaturetekst, zelf kandidaten benaderen, externe hulp). De percentages zijn gebaseerd op het aantal ontstane vacatures per groep. De volgende grafiek geeft een gecombineerd overzicht van de drie groepen. De drie kleuren staan voor de drie groepen. De percentages zijn nu berekend over alle ontstane vacatures. Omdat er per vacature meerdere antwoorden konden worden gegeven, tellen de percentages niet op tot 100 procent.

Figuur III.1 Kanalen gebruikt om personeel te werven voor externe vacatures
Procenten van het aantal ontstane vacatures (meerdere antwoorden mogelijk)





Colofon

Uitgave

UWV Arbeidsmarktinformatie en -advies, 27 september 2018

Inlichtingen

sake.wagenaar@uwv.nl

Voor persvragen kunt u terecht bij onze woordvoerders via 020 687 5185.

Auteurs

Sake Wagenaar
Jena de Wit

Het onderzoek onder werkgevers is uitgevoerd door I&O Research.

UWV © 2018