

# MONSTER YEAR REPORT 2011-2012



[monsterboard.nl](http://monsterboard.nl)



Mogelijk gemaakt door Monster Intelligence

## VOORWOORD

Geachte relatie,

2011 was een jaar met twee gezichten. Waar het jaar begon met een hoopgevend herstel van de economie, zorgde de monetaire crisis voor een onzekere terugslag op dit gebied. Wat dit allemaal betekende voor de arbeidsmarkt, kunt u nu lezen in dit rapport. We kijken terug op een bewogen jaar aan de hand van analyses van werkzoekenden en bedrijven die gebruik maakten van Monsterboard.nl.

Ook hielden we een onderzoek onder pas afgestudeerden. Oftewel: de nieuwe generatie werkzoekenden waar u straks als bedrijf mee te maken krijgt. Hoe oriënteren zij zich op een baan en wat is hun mening over Social Media? Tevens vroegen wij aan drie boeiende marktpartijen (Philips, Brunel en High Tech Solutions) naar hun ervaringen van het afgelopen jaar en hun visie op de toekomst.

Een interessant rapport dat een mooi vertrekpunt vormt om met u van gedachten te wisselen over de ontwikkelingen op de arbeidsmarkt. Vandaar ook dat we dit rapport vandaag op het Monster Year Event presenteren. Ik kijk er naar uit om u persoonlijk te ontmoeten en kennis en ervaringen met u te delen.

Daarbij wens ik u allen een gezond en succesvol 2012.

Met vriendelijke groet,



Warren Hammond  
Managing Director Monster Benelux



## INHOUD

Voorwoord	1
Monster Year Report samenvatting	2
Terugblik verwachtingen 2011	4
<b>Werkzoekenden in 2011</b>	
Bezoekers	6
Zoekopdrachten	8
Zoekwoorden top 30	9
Trends in de CV Database	11
Samenvatting werkzoekenden	13
<b>Onderzoek: afgestudeerden, de nieuwe generatie werkzoekenden</b>	14
<b>Vacatureplaatsingen in 2011</b>	
Ontwikkelingen per beroepscategorie	18
Twee opvallende sectoren	19
Meest gevraagde beroepen	20
Carrièreniveau en werkervaring	21
Regionale ontwikkelingen	23
<b>Interview – HighTech Solutions</b>	28
<b>Interview – Philips</b>	29
<b>Interview – Brunel</b>	30
<b>Employer Branding</b>	31
<b>De huidige situatie op de arbeidsmarkt en de verwachte ontwikkelingen</b>	33

## MONSTER YEAR REPORT SAMENVATTING

Met gepaste trots presenteert Monsterboard.nl de tweede uitgave van het Monster Year Report dat u volledig inzicht geeft in de ontwikkelingen in online recruitment over 2011. Ook geeft Monsterboard.nl een overzicht van de ontwikkelingen op de Arbeidsmarkt over het algemeen. Graag blikt Monsterboard.nl terug op het turbulente jaar 2011 maar ook op de verwachtingen die Monsterboard.nl in het vorige rapport heeft afgegeven. Tot slot geeft Monsterboard.nl een verwachting hoe de Arbeidsmarkt zich in 2012 gaat ontwikkelen.

### Werkzoekenden in 2011

#### Bezoekers

De grootste groep bezoekers van Monsterboard.nl in 2011 zijn vrouwen (54%). De groep mannen die Monsterboard.nl in 2011 bezochten is 46%. De bezoekers van Monsterboard.nl in 2011 vertegenwoordigen zich met name in de leeftijdscategorieën 25-34 jaar (25%), 35-44 jaar (25%) en 45-54 jaar (24%).

#### Zoekopdrachten

De categorieën Accounting/Financieel en Sales/Verkoop zijn de uitschieters in 2011 met respectievelijk 906.000 en 896.000 zoekopdrachten gemiddeld per maand. IT/Software Development is een goede derde met gemiddeld 628.000 zoekopdrachten.

#### Zoekwoorden

De nummer 1 en 2 blijven ongewijzigd ten opzichte van 2010: Secretaresse staat op 1 en administratief op 2. Ook zoekwoorden op het gebied van financiële dienstverlening, marketing & communicatie, verkoop en IT waren sterk vertegenwoordigd in 2011.

#### CV's

Monsterboard.nl ziet op dit moment een stijging van het aantal CV's wat een toename van het aanbod van personeel impliceert. Dit is een direct gevolg van de vertraging van de doorloop op de arbeidsmarkt onder druk van de huidige economische situatie die zich kenmerkt als een stilstand.

De beroepscategorie Administratief/Secretarieel staat op nummer 1 (13%). Deze trend zien we ook terug in de zoekwoorden top 30 waar secretaresse op nummer 1 staat en administratieve zoekwoorden domineren. Dit duidt op een verminderde vraag uit de markt voor deze beroepscategorie.

### Onderzoek: Werkzoekenden per generatie

De nieuwe generatie afstudeerders geeft de voorkeur aan een baan voor 40 uur per week; 47% van deze groep werkzoekenden gaf dit aan. Wat opvalt, is dat bijna de helft van deze werkzoekenden minder dan 40 uur zouden willen werken. De grootste groep afstudeerders wil het liefst een baan in de sector Overheid/Publieke Sector (8%). 92% van de afstudeerders wil het liefst informatie over een baan via een vacaturesite ontvangen. Opvallend is dat onderwijs het minst gebruikt wordt in de zoektocht naar een baan. Ook beurzen/evenementen spreekt de afstudeerder minder aan op de voet gevolgd door kranten.

MBO afstudeerders zijn het best vertegenwoordigd op Facebook met 42%. Van de HBO afstudeerders heeft 64% een LinkedIn account en 63% een Facebook account. LinkedIn wordt het meest gebruikt door WO afstudeerders (71%) gevolgd door Facebook met 64%.

30% van de afstudeerders wil liever helemaal geen of geen informatie over banen en carrière ontvangen via Social Media. 24% vindt het fijn om informatie over banen en carrière te ontvangen en 13% vindt het heel erg fijn.

### Ontwikkelingen per beroepscategorie in 2011

De beroepscategorie waar de meeste vacatures zijn geplaatst, is de categorie IT/Software Development met 19%. Op nummer twee staat Sales/Verkoop (15%) en op nummer drie Accounting/Financieel (14%). Dit betekent dat de vraag naar IT/Software Development personeel het grootst is in 2011 op Monsterboard.nl, gevolgd door Sales/Verkoop en Accounting/Financieel.

### Meest gevraagde beroepen

Op nummer 1 staat Account Management met 3,7% van alle gevraagde beroepen. Vervolgens zien we de twee meest gevraagde IT beroepen in 2011: Software- en Webdevelopment. Organisaties investeren in Software ontwikkeling en de Netwerkontwikkeling en zoeken daarvoor naar geschikte mensen om dit te ontwikkelen en te implementeren.

### Regio ontwikkelingen

Vacatures op Monsterboard.nl worden het meest geplaatst in Noord-Holland (27% van totaal) gevold door Zuid-Holland (22%), Utrecht (15%) en Noord-Brabant (15%). Gezamenlijk hebben deze provincies een aandeel van 79% in het totaal aantal geplaatste vacatures in 2011, waaruit geconcludeerd mag worden dat de werkgelegenheid in deze provincies het hoogste is op Monsterboard.nl.

Binnen iedere provincie wordt door organisaties veel aandacht besteed aan de ontwikkeling en uitrol van nieuwe IT-systemen waarvoor ontwikkelaars nodig zijn. Binnen Techniek is er op Monsterboard.nl vooral vraag naar de beroepen werktuigbouwkunde en elektromechanica. Daarnaast worden ook vooral technische bedrijfskundigen gezocht. Binnen de beroepscategorie Accounting/Finance is de meeste vraag naar financieel personeel, controllers en boekhouders. Binnen de beroepscategorie Sales en Business Development wordt vooral gevraagd naar Account Managers en Medewerkers Verkoop Buitendienst.

## Terugblik verwachtingen 2011

Voordat we in detail terugkijken op het afgelopen jaar bij Monsterboard.nl, schetsen we eerst in grote lijnen de trends op de arbeidsmarkt van 2011 en hoe Monsterboard.nl verwachtte hoe 2011 zich zou ontwikkelen.

**Voorspelling:** *Verder herstel van de arbeidsmarkt in vorm van toename van de werkgelegenheid in de hoger gekwalificeerde beroepen over de alle sectoren met uitzondering van de Bouw en Publiek wat vanaf het tweede kwartaal zichtbaar zal worden.*

Het voorzichtige herstel van de arbeidsmarkt heeft voornamelijk in de eerste helft van 2011 doorgezet. De werkloosheid is na februari 2011 alleen maar gedaald en ligt nu al een half jaar rond de 5%. Het aantal vacatures neemt sinds het eerste kwartaal van 2011 gestaag toe. Daarbij valt op dat in de commerciële dienstverlening de vacaturegraad het hoogst is. Vooral de informatie- en communicatiebedrijven hebben relatief veel vacatures. Sinds juli 2011 is de werkloosheid gestegen wat mede een gevolg is van de monetaire crisis in Europa die een afwachtende houding van organisaties in de aanneme van personeel tot gevolg heeft. De niet-commerciële dienstverlening heeft de laagste vacaturegraad. Waarvan overheid en het onderwijs voorbeelden zijn wat ook een direct gevolg is van de door het kabinet ingezette bezuinigingen bij deze sectoren.

**Voorspelling:** *Er zal een sterke toename zijn in vraag van hoger gekwalificeerd ICT-specialisten (Consultancy, Specialisten op gangbare applicaties als SAP, Siebel etc.) in de eerste helft van 2011. Om op korte termijn de vraag in te vullen zal er in toenemende mate een beroep worden gedaan op ZZP-ers.*

Monsterboard.nl ziet dat de vraag naar IT personeel nog steeds toeneemt in 2011 ten opzichte van dezelfde periode in 2010. Van kleine bedrijven tot grote ondernemingen en van commerciële sectoren en ook de overheid durven weer te investeren in IT. Dit ziet Monsterboard.nl voornamelijk in de hoge vraag naar Software implementatie en consulting personen en Software en Webdevelopment personeel. Vanaf de zomer van 2011 is er een gelijkmatig, maar lichte stijging van de vraag binnen naar specialistische functies IT, waar deze in voorgaand jaar niet dezelfde trend liet zien. Het aantal ZZP-ers is in 2011 t.o.v. 2010 met 27.000 toegenomen (ING) en bedraagt totaal 704.000. Ruim 60% van dit aantal bestaat in 2011 uit dienstverlening terwijl dit percentage in 2005 nog op 45% lag.

**Voorspelling:** *De Financiële sector zal een herstel laten zien van de vraag naar hoger gekwalificeerd personeel als gevolg van het terugdraaien van ingezette outsourcing van activiteiten. Door de opsplitsing van de Financiële concerns in kleinere eenheden (Westland Utrecht van ING Groep, ASR van Fortis) zal er een toename van de vraag naar personeel zijn.*

Monsterboard.nl ziet nog steeds een twijfelachtig herstel van deze markt. In mei 2011 zien we een stijging in vacatures van 8% jaar op jaar en in augustus 2011 een daling van 15,5% jaar op jaar. Er wordt nog steeds personeel wereldwijd gesneden in het personeelsbestand van onder andere banken. Daarnaast is door alle opgelegde regelgeving is er steeds meer specialistisch personeel nodig. Monsterboard.nl ziet dit met name in de groei van de specialistische functies Compliance/Regelgeving. Doordat de ontwikkelingen in de wereldwijde economie nog onzeker is, ziet Monsterboard ook een groei in de functie van actuaris, welke zich beroepshalve bezig houdt met het doorrekenen en evalueren van risico's. Daarnaast merkt Monsterboard.nl dat met name grote internationale bedrijven, banken, verzekeringsmaatschappijen bezig zijn met functies die geoutsourced zijn (duur), nu intern in te zetten om op deze manier kosten te besparen.

Hierbij zoekt de bancaire sector continue naar IT-profielen om door automatisering de kosten omlaag te brengen. In Nederland wordt hierbij ook het kantorennet teruggebracht en vervangen door oplossingen online. Naar verwachting zijn er voornamelijk in de tweede helft van 2011 hebben bijna alle bancaire organisaties forse reorganisaties doorgevoerd.

**Voorspelling:** *Vanaf de tweede helft 2011 zal een schaarste gaan ontstaan in de beschikbaarheid van hoger gekwalificeerd personeel. Dit zal zich vertalen in een sterke arbeidsmobiliteit die zich vooral zal doen voelen binnen de Financiële, ICT, Consultancy en sectoren die zich bezig houden met technische ontwikkeling (Engineers ICT, Werktuigbouw en Civiele Techniek).*

De sterke arbeidsmobiliteit binnen deze sectoren merkt Monsterboard.nl. Er is relatief veel werk beschikbaar en dan voornamelijk voor zeer specifieke functies die zich gedurende afgelopen jaren hebben ontwikkeld binnen de Financiële en IT-markt. Monsterboard.nl werkt met meerdere organisaties samen om deze specifieke functies vervuld te krijgen waarbij het zoekgebied wordt uitgebreid tot geheel Europa. Hierbij onderschrijft Monsterboard.nl de door Berenschot / ADP gesignaleerde vrees onder HR Professionals voor krapte op de arbeidsmarkt in voornamelijk specifieke functies in IT en Techniek.

De bezuinigingen in de overheidssector en de Europese Monetaire crisis hebben tot gevolg dat het vergrijzingvraagstuk en de impact hiervan op de Arbeidsmarkt naar voren is geschoven. Op dit moment is er over het algemeen voldoende aanbod van werkzoekenden op de Arbeidsmarkt. Monsterboard.nl ziet wel een verhoogde activiteit van organisaties om de schaarse profielen in IT en Engineering binnen te halen. Daarnaast is er een verhoogde activiteit zichtbaar onder werkzoekenden afkomstig uit de publieke sector. Dit als rechtstreeks gevolg van de doorgevoerde bezuinigingen door het kabinet.

**Voorspelling:** *De tweede helft van 2011 zal tevens in het teken komen te staan van de uittreding van de eerste golf van de 'Baby boom' generatie. Alle sectoren zal hierdoor geraakt worden inclusief de Publieke sectoren. Het tekort aan onderwijzers in het voortgezet onderwijs. Binnen deze sector is de omvang van het probleem al helder en wordt er geanticiperd.*

Door de aangekondigde bezuinigingen die de overheid heeft bepaald en invloed heeft op het recruitmentbeleid en – behoefte binnen de onderwijssector zijn er minder vacatures. Dit is voornamelijk een korte termijn effect. We verwachten dat op de midden lange termijn veel babyboomers het onderwijs zullen verlaten en er behoefte zal zijn naar nieuw personeel.

**Voorspelling:** *Het besef van de naderende schaarste door de vergrijzing zal in de tweede helft van 2011 bij de meeste organisaties stijgen. Hierbij zullen in toenemende mate budgetten worden besteed aan Employer Branding en het verspreiden van het budget over de wervingskanalen. Daarnaast zullen organisaties onder druk van de vergrijzing in toenemende mate flexibel omgaan met de arbeidsvoorwaarden waarbij 4 daagse werkweken, thuiswerken, flexibele werktijden zullen worden toegepast.*

Het besef van schaarste heerst bij verschillende organisaties. Vergrijzing staat hoog op de agenda. Echter, door bezuinigingen en reorganisaties worden er aankomende jaren bij veel bedrijven juist banen geschrapt en zal vergrijzing op een later tijdstip aan de orde komen. In het topsegment van de arbeidsmarkt ziet Monsterboard.nl al dat er strategieën worden ontwikkeld om de vergrijzing en daaruit voortvloeiende krapte het hoofd te bieden. Dit ziet Monsterboard.nl vooral bij grotere schaal organisaties.

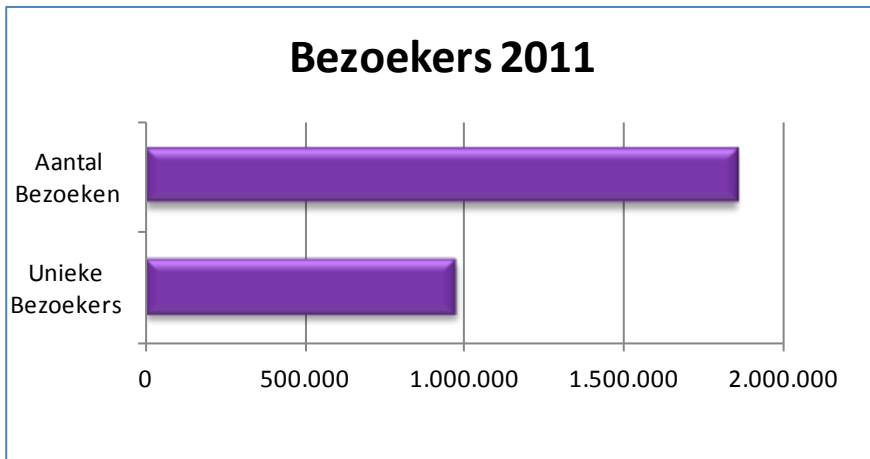
**Voorspelling:** *Organisaties zullen gaan experimenteren op Sociale Media om de vacatures in te vullen maar dit in de meeste gevallen in combinatie met de bestaande wervingskanalen (Jobboards en Werving & Selectie bureaus). Hierbij zal wel scherp worden gekeken naar de effectiviteit van de verschillende wervingskanalen omdat budgetten ook in 2011 beperkt zullen door de traag herstellende economie en de economische onzekerheden binnen de Euro zone. Dat bedrijven zich volledig hebben gestort op Social Media is afgelopen jaar goed zichtbaar geworden. Verschillende cijfers laten zien dat minimaal 50% van de bedrijven via Social Media werft. Ook Monsterboard.nl is meegegaan in deze veranderingen; Op Twitter, LinkedIn Facebook, en Hyves. Daarnaast zijn onderdelen zoals een blog en QR codes ook onderdeel geworden van de strategie van Monsterboard.nl Monsterboard.nl ziet dat organisaties openstaan voor een flexibele inzet van wervingsmiddelen waarbij per wervingsactiviteit vooraf heldere prestatie indicatoren worden vastgesteld.*

## Werkzoekenden in 2011

Hoe zochten werkzoekenden in 2011? Welke regio's en branches waren populair en welke zoekwoorden werden gebruikt? En op welke dagen van de week zoeken de meeste werkzoekenden actief? We geven een overzicht van de belangrijkste statistieken van onze gebruikers.

## Bezoekers

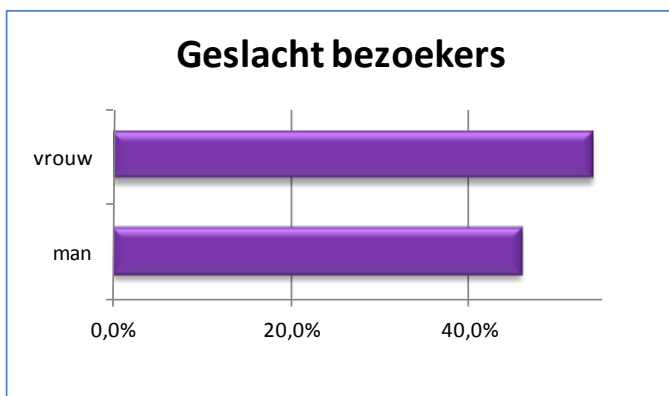
Inzicht in de demografische gegevens van onze bezoekers helpen u bij het uitzetten van een vacature. Wie zijn onze bezoekers, hoe vaak zijn ze op Monsterboard.nl en op welke dagen zijn ze het meest actief?



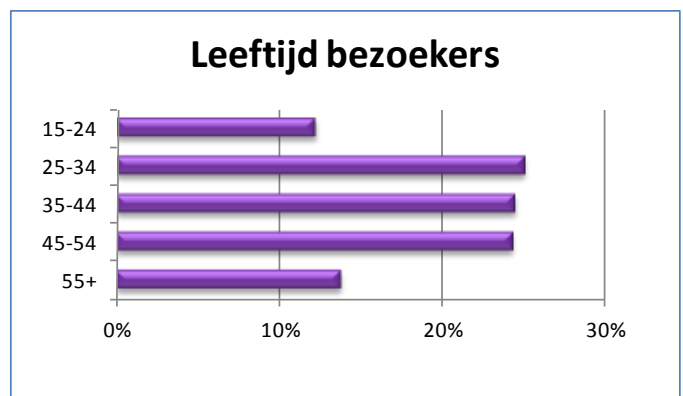
Bron: interne monster data

### Bijna 1 miljoen bezoekers per maand

Monsterboard.nl krijgt ruim 975.000 unieke bezoekers per maand. Deze personen doen gemiddeld 1,8 miljoen bezoeken per maand en bekijken dan gemiddeld 10,9 miljoen pagina's. Dit zijn 1,9 bezoeken per persoon en 5,88 bezochte pagina's per bezoek. De bezoekers zijn gemiddeld 9,26 minuten op Monsterboard.nl actief.



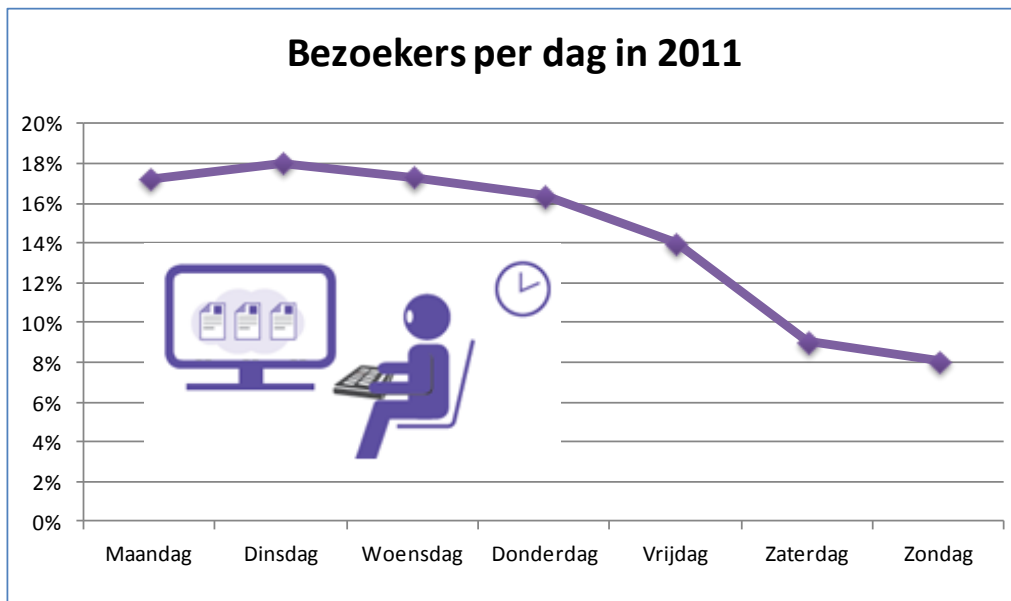
Bron: Comscore



Bron: Comscore

### Meer vrouwen dan mannen

De leeftijd van de bezoekers van Monsterboard.nl ligt voor het grootste gedeelte tussen de 25 en 54 jaar. De leeftijdscategorieën 25-34 jaar (25%), 35-44 jaar (25%) en 45-54 jaar (24%) zijn hierin gelijkmatig verdeeld. 12% van de bezoekers is tussen de 15 en 24 jaar en 14% boven de 55. In totaal komen er net iets meer vrouwen (54%) dan mannen (46%) op Monsterboard.nl.



Bron: interne monster data

#### Dinsdag drukste dag

Dinsdag is de drukste dag op Monsterboard.nl., 18% van de bezoeken vindt op deze dag plaats. Andere drukke dagen zijn maandag (17,3%) en woensdag (17,3%). Naarmate de week vordert, neemt het bezoek op de site steeds verder af. Het is minder druk in het weekend. Dat de doordeweekse dagen populair zijn, heeft er mee te maken dat werkzoekenden zich in de meerderheid van de gevallen tijdens kantooruren op een nieuwe baan oriënteren.

De grootste piek was aan het begin van het jaar te zien. Voor veel mensen is het begin van het nieuwe jaar het moment om zich te oriënteren op een nieuwe baan. Dinsdag 8 februari 2011 was het de drukste dag op Monsterboard.nl.

In de meivakantie, voornamelijk in het afsluitende weekend, was de minst drukke periode op Monsterboard.nl. Dit geldt ook voor de zaterdag en de zondag in het paasweekend (23 en 24 april). Dit is vermoedelijk te wijten aan de feestdagen en het mooie weer in deze periode van 2011.

## Zoekopdrachten

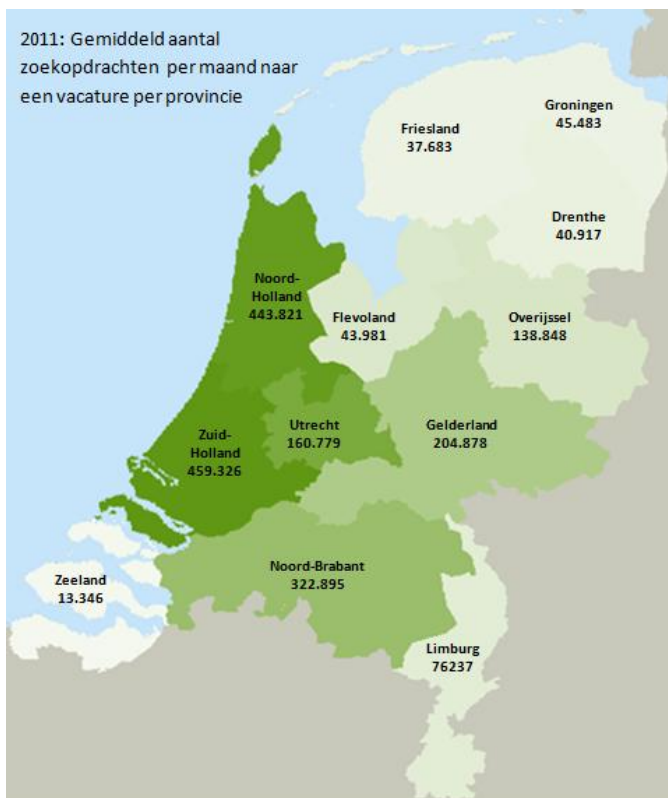
In 2011 werd er gemiddeld 6 miljoen keer per maand naar vacatures gezocht. Werkzoekenden zoeken op verschillende manieren naar een vacature; Plaatsingsdatum, functietitel, trefwoorden, bedrijf, dienstverband, beroeps categorie enzovoorts. Op. We geven een overzicht van de tien belangrijkste beroeps categorieën, locaties en beroepen.



Bron: interne monster data

### Banen in de beroeps categorie Finance en Sales meest gezocht

Met een gemiddeld aantal van 906.000 zoekopdrachten per maand was de beroeps categorie Accounting/Financieel het meest populair in 2011. Bijna net zo populair als Sales/Verkoop dat met gemiddeld 896.000 zoekopdrachten niet ver achterbleef. IT/Software Development is een goede derde met gemiddeld 628.000 zoekopdrachten.



### Regio Randstad goed vertegenwoordigd

Werkzoekenden zochten vooral naar banen in de Randstad, voornamelijk in Zuid-Holland (459.000 keer per maand) en Noord-Holland (443.000). Utrecht bleef met slechts 160.779 zoekopdrachten ver achter.

Andere provincies waar veel naar werk werd gezocht, waren Noord-Brabant (322.895) en Gelderland (204.878). Het minst werd er naar vacatures gezocht in de provincies Friesland (37.683) en Zeeland (13.346).

Dat er in Zeeland weinig gezocht is naar vacatures, heeft voor een deel te maken met de hoge vergrijzinggraad en de relatief grote uittocht van twintigers en dertigers uit de provincies die ergens anders gaan werken of studeren. Deze vergrijzing zal in de komende jaren tevens zorgen voor een enorme druk op de gezondheidszorg in deze regio. (CBS)

Bron: interne monster data

## Zoekwoorden top 30

Werkzoekenden gebruiken steeds vaker zoekwoorden om hun zoektocht te verfijnen of om breed te zoeken in meerdere branches tegelijk. Een overzicht van de meest gebruikte zoekwoorden geeft een indicatie van de populaire beroeps categorieën of het type baan (management, parttime) dat men zoekt. De populairste zoekwoorden op Monsterboard.nl waren in 2011:

Zoektermen		Vershil 2011 vs 2010
1	Secretaresse	0
2	administratief	0
3	manager	1
4	Marketing	-1
5	administratie	0
6	communicatie	0
7	hr	4
8	controller	0
9	Onderwijs	26
10	verkoop	18
11	receptioniste	7
12	english	-3
13	Accountmanager	2
14	horeca	3
15	logistiek	-3
16	schoonmaak	78
17	Chauffeur	4
18	financieel	-2
19	ict	-6
20	Sales	-10
21	parttime	-14
22	Zorg	15
23	administratief-medewerker	Nieuw in Top 100!
24	Vertegenwoordiger	-4
25	Sport	26
26	teamleider	0
27	beveiliging	9
28	administratief medewerker	-14
29	Kinderopvang	Nieuw in Top 100!
30	Juridisch	4

Zoek een baan

Bron: interne monster data

### Secretaresse populairste zoekwoord

Net als in 2010 is 'secretaresse' het meest gezochte zoekwoord, opnieuw gevolgd door *administratief*. Administratieve zoektermen doen het goed op Monsterboard.nl want in de top-30 staan ook nog de woorden *administratie*, *administratief medewerker* en *administratief-medewerker*. Hoog staan ook de zoekwoorden *marketing* (plaats 4) en *communicatie* (6).

Ook de verschillende zoekwoorden binnen de sector verkoop (*accountmanager, vertegenwoordiger, verkoop, Sales*) en financiën (*controller, financieel*) zijn ruim vertegenwoordigd in de top-30. Nieuw in de top-30 zijn *schoonmaak* (78 plaatsen gestegen), *onderwijs* (+26), *sport* (+26), *verkoop* (+18), *zorg* (+15) en *beveiliging* (+9). Opvallende nieuwkomer is de zoekterm *kinderopvang*. Dit kan het gevolg zijn van de bezuinigingen in deze sector door de overheid, waardoor veel crèches het zwaar kregen en al personeel op straat hebben moeten zetten.

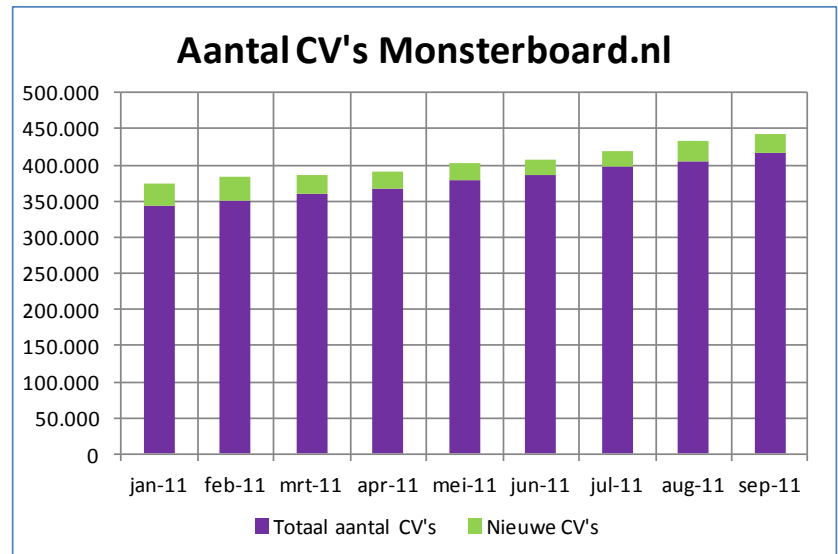
### **Parttime manager?**

Niet alle zoekwoorden betreffen beroeps categorieën. Hoog op de derde plaats staat de zoekterm *manager*, wat aangeeft dat veel mensen als leidinggevende aan de slag willen. Ook de zoekterm *parttime* (plaats 21) laat zien dat deze vorm van dienstverband dusdanig belangrijk wordt gevonden dat mensen er apart naar op zoek gaan. Bedrijven die deeltijdbanen aanbieden doen er daarom verstandig aan de term *parttime* op te nemen in hun vacaturetekst.

Op plaats 12 staat de zoekterm *english*. Deze zoekterm wordt door veel buitenlandse werkzoekenden gebruikt om Engelstalige vacatures naar voren te krijgen. Het is belangrijk dat woord expliciet in uw vacaturetekst te gebruiken wanneer u op zoek bent naar Engelstalig personeel.

## Trends in de CV Database

Het aanbod van personeel is het afgelopen jaar toegenomen. Dit blijkt uit het aantal CV's dat maandelijks is gestegen en in augustus zelfs de grens van 400.000 CV's passeerde. We geven een analyse van de beroeps categorieën waar werkzoekenden hun CV in geplaatst hebben en inzichten in achtergronden van deze kandidaten.



Bron: interne monster data

## Veel vraag naar administratieve/secretariële banen

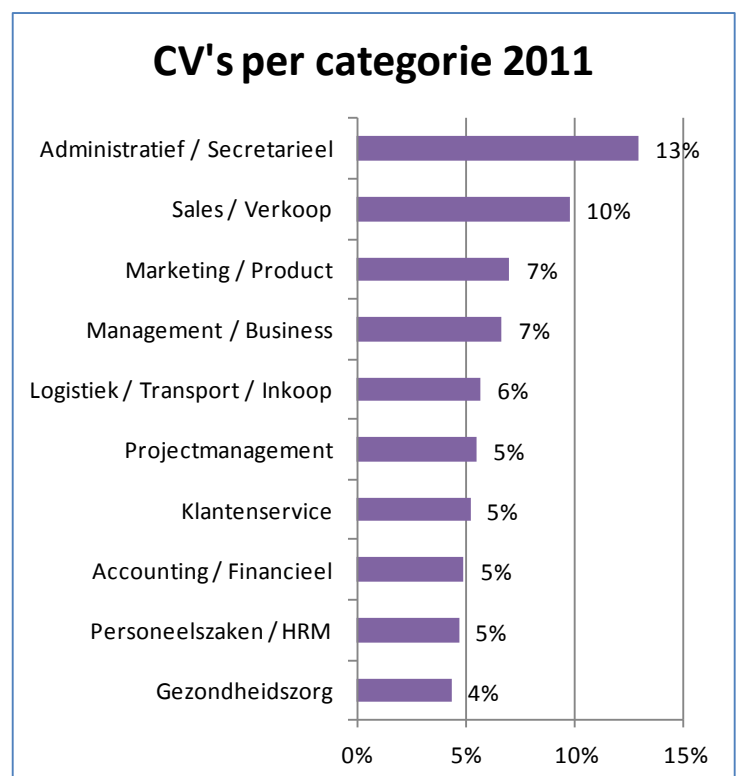
Net als uit het zoekwoorden overzicht bleek, is de vraag naar administratieve en secretariële banen sterk vertegenwoordigd in de CV Database. Maar liefst 13% van de werkzoekenden zoekt een baan in deze beroeps categorie.

Administratieve/Secretarieel, Sales/Verkoop, Marketing/Product zijn de meest voorkomende categorieën waar werkzoekenden hun CV in plaatsen. Monsterboard.nl ziet in veel gevallen dat de zoektermen die werkzoekenden gebruiken in de zoektocht naar een nieuwe baan, gerelateerd is aan de beroeps categorieën die ze in hun CV vermelden.

## Sales en Marketing

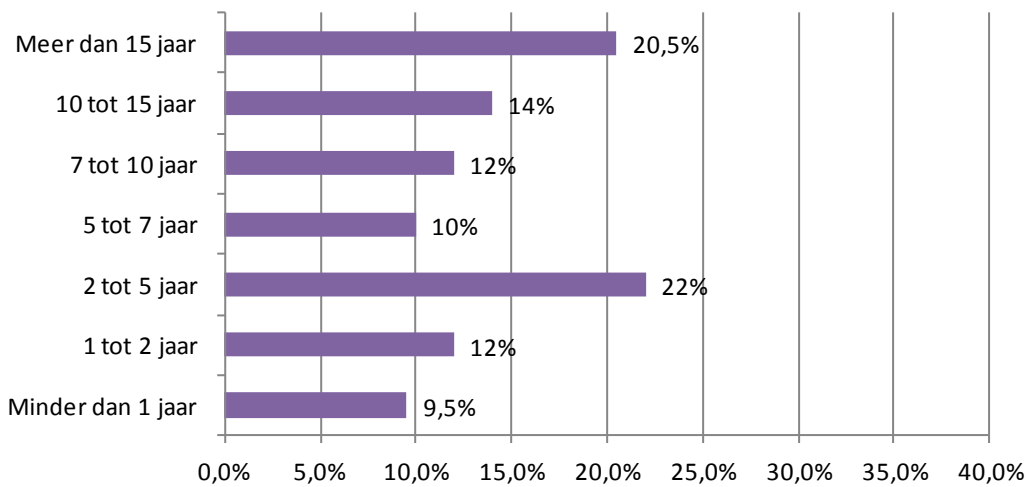
Uit de CV Database blijkt dat er eveneens veel vraag is naar banen in Sales/Verkoop (10%) en Marketing/Product (7%).

Dit geeft aan dat er bij werkzoekenden in de categorie Sales/Verkoop en Marketing/Product sprake is van vertrouwen in de toekomst en de bereidheid tot het veranderen van baan toeneemt.



Bron: interne monster data

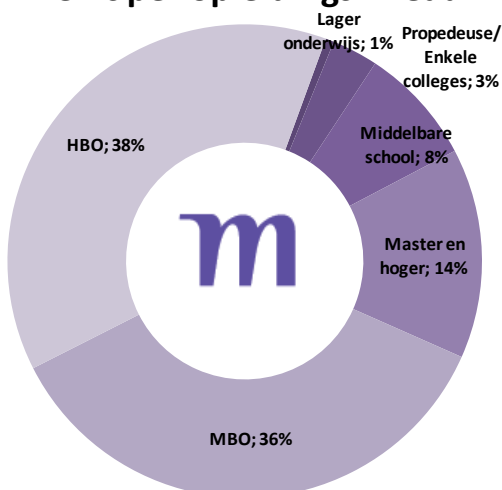
## CV's per aantal jaar ervaring



Bron: interne monster data

Het grootste gedeelte van de werkzoekenden op Monsterboard.nl, 22 procent, heeft tussen de 2 en 5 jaar ervaring. 22% heeft tussen de 5 en 10 jaar ervaring, 14% tussen de 10 en 15 jaar ervaring en 20,5% van de werkzoekenden heeft meer dan 15 jaar ervaring. Ook doet Monsterboard.nl het goed bij de categorie van 25-34 jaar. Dit geeft aan dat de Mid-Career groep werkzoekenden, de mensen die stappen maken in hun carrière, de grootste groep vormt op Monsterboard.nl. De lagere score binnen de leeftijdscategorie 15 – 24 geeft aan dat de meeste mensen zich pas na het afronden van hun studie oriënteren op een nieuwe baan.

## CV's per opleidingsniveau

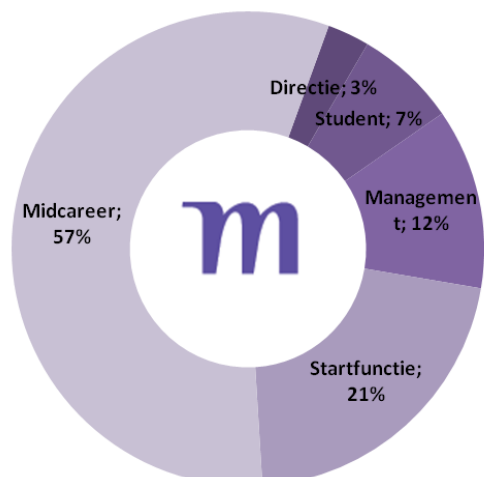


Bron: interne monster data

### Alle opleidingsniveaus zijn vertegenwoordigd

CV's van MBO'ers (36%) en HBO'ers (38%) zijn het ruimschoots vertegenwoordigd op Monsterboard.nl. 14% heeft een universitaire opleiding gevolgd.

## CV's per carriërniveau



Bron: interne monster data

### Mid-career domineert

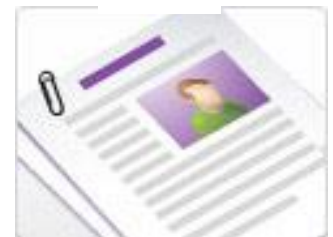
De meeste CV's zijn van werkzoekenden die op midcareer-niveau zitten (57%). 15% zit op managementniveau of hoger en 21% is starter. 7% van de CV's is van studenten.

## Samenvatting werkzoekenden:

De manier waarop werkzoekenden acteren op Monsterboard.nl in 2011 ziet er als volgt uit:

- **975.000** bezoekers gemiddeld per maand
- **1,8 miljoen** bezoeken gemiddeld per maand
- **54%** van de bezoekers is vrouw
- **25-34 jaar** is de leeftijd van de grootste groep bezoekers
- **Dinsdag** is de dag dat Monsterboard.nl het meest bezocht wordt
- **6 miljoen** zoekopdrachten zijn er gemiddeld per maand
- **Accounting/Financieel** is de meest gezochte beroepscategorie naar vacatures
- **Zuid-Holland** is de meest gezochte provincie voor vacatures
- **Secretaresse** is wederom de meest gebruikte zoekterm
- **417.198 CV's** is het record aantal CV's in september 2011
- **13%** geeft aan werkzaam te willen zijn in de beroepscategorie Administratief/secretarieel
- **22%** van de werkzoekenden heeft 2 tot 5 jaar ervaring
- **38%** van de werkzoekenden heeft minimaal een HBO opleiding
- **57%** heeft een midcareer carrière niveau

Bron: interne monster data



## Onderzoek: afstudeerders, de nieuwe generatie werkzoekenden

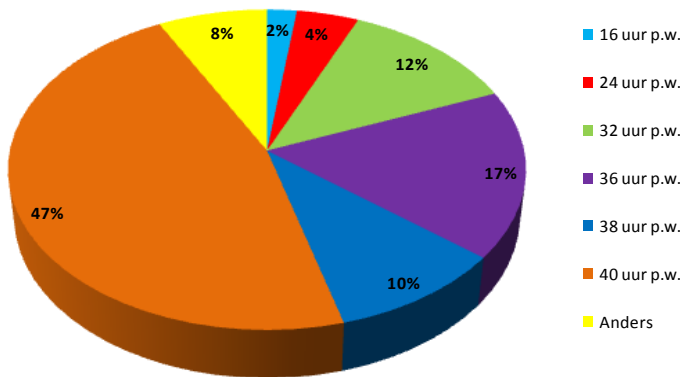
Hoe oriënteert de nieuwe generatie werkzoekenden zich op een baan? in welke sectoren wil men aan de slag en voor hoeveel uur per week?

Monsterboard vroeg het aan ruim 1000 afstudeerders die binnenkort de arbeidsmarkt opkomen en zich nu al aan het voorbereiden zijn. De uitkomsten helpen u om inzicht te krijgen in de doelgroep waar u de komende jaren mee te maken zult krijgen.

Het onderzoek is gehouden onder 1056 personen tussen de 18 en 35 jaar die afstuderen aan het MBO (13%), HBO (50%) en WO (34%).



Hoeveel uur per week willen afstudeerders werken?



### Fulltime werk heeft de voorkeur, echter...

De nieuwe generatie afstudeerders geeft de voorkeur aan een fulltime baan; 47% geeft aan een werkweek van 40 uur te prefereren. Bijna de helft van deze werkzoekenden zou minder dan 40 uur willen werken:

- 10% geeft de voorkeur aan een werkweek van 38 uur
- 17% geeft de voorkeur aan een werkweek van 36 uur
- 12% geeft de voorkeur aan een werkweek van 32 uur
- 6% geeft de voorkeur aan een werkweek van 24 uur of zelfs minder

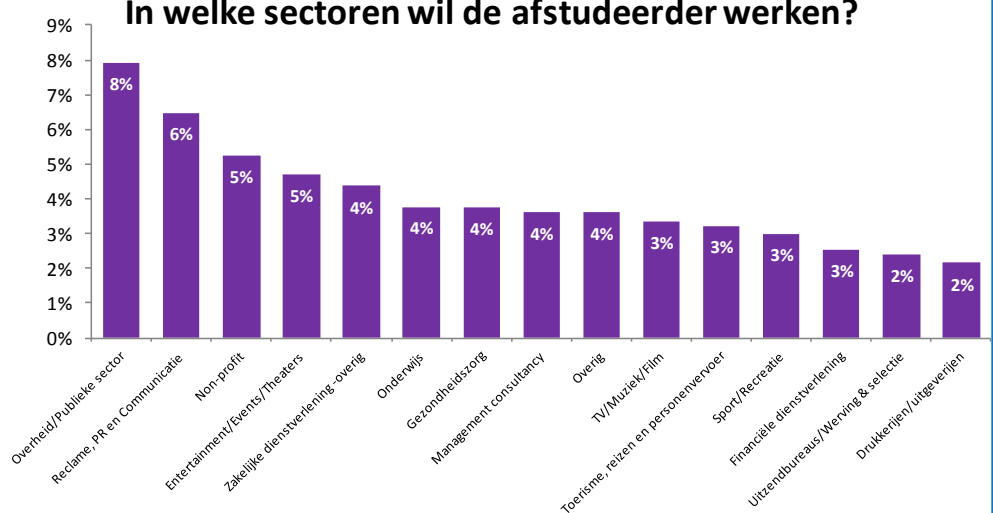
### Overheidsector heeft de voorkeur

Ondanks de geplande bezuinigingen in de publieke sector, is de overheid met 8% de populairste werkgever voor de huidige groep afstudeerders. Onderwijs en de gezondheidszorg, staan daarnaast met 4% relatief hoog op het verlanglijstje van werkzoekenden.

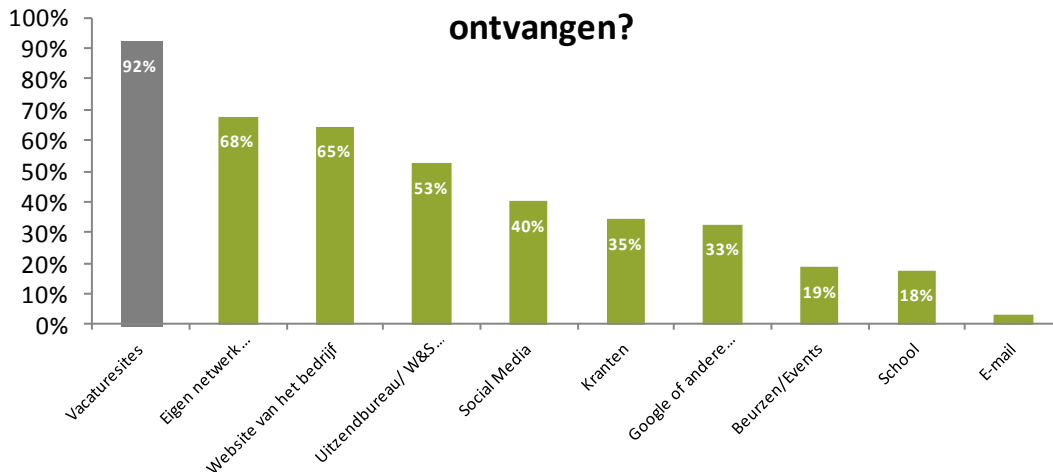
Op de tweede plaats komt Reclame/PR/Communicatie (6%).

We kunnen concluderen dat bijna de helft van de nieuwe generatie afstudeerders fulltime wil werken. Terwijl de rest van deze generatie de voorkeur geeft aan parttime. De publieke en daaraan gerelateerde sectoren hebben bij afstudeerders een sterke voorkeur als toekomstige werkkring.

In welke sectoren wil de afstudeerder werken?



## Hoe willen afstudeerders informatie over een baan ontvangen?



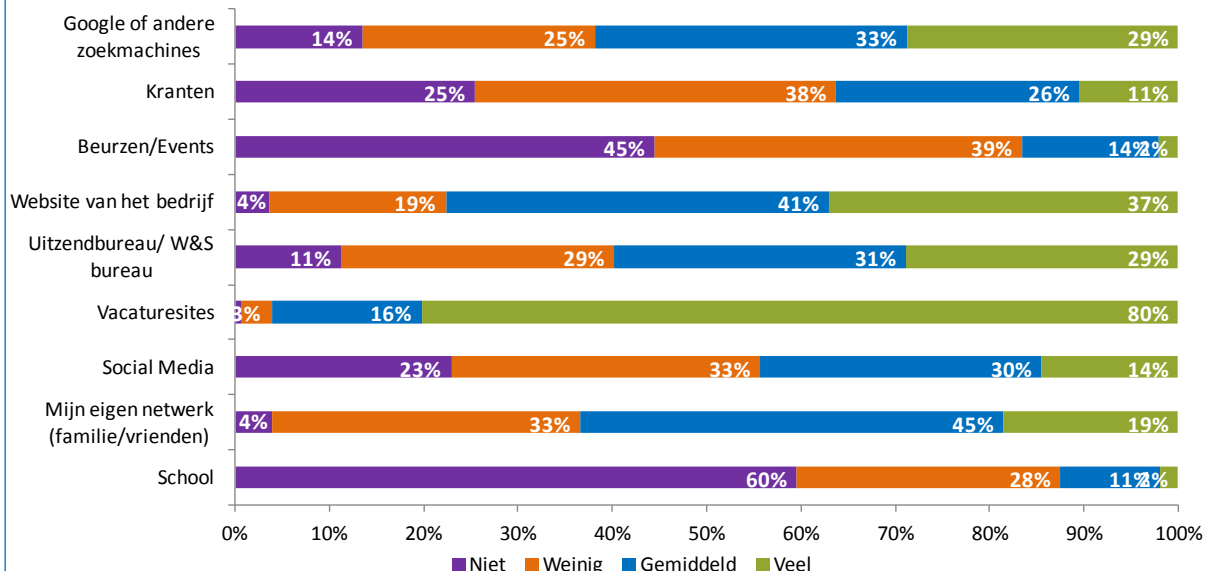
Afstudeerders ontvangen het liefst informatie over een baan van een vacaturesite (92%) dan via hun netwerk (68%) of via de website van het bedrijf (65%). Ook informatie via Social Media (40%) wordt minder belangrijk gevonden. Slechts 35% vindt het prettig informatie over banen via de krant te ontvangen.

### Vacaturesites meest gebruikt door afstudeerders

De huidige generatie afstudeerders zoekt zelf vooral via vacaturesites naar een baan. 80% zegt veelvuldig via vacaturesites te zoeken naar een nieuwe baan en 16% doet dit gemiddeld. Ook de website van het bedrijf waar men wil werken is een belangrijke oriëntatiebron. 37% gebruikt dit veel en 41% gemiddeld. Uitzendbureaus, Google en vrienden/bekenden zijn eveneens populaire middelen om een baan te zoeken.

Social Media worden weliswaar minder vaak gebruikt dan bovenstaande bronnen, maar worden nog altijd door 44% regelmatig tot veel ingezet. Kranten, beurzen/evenementen en de eigen school zijn de minst populaire oriëntatiebronnen.

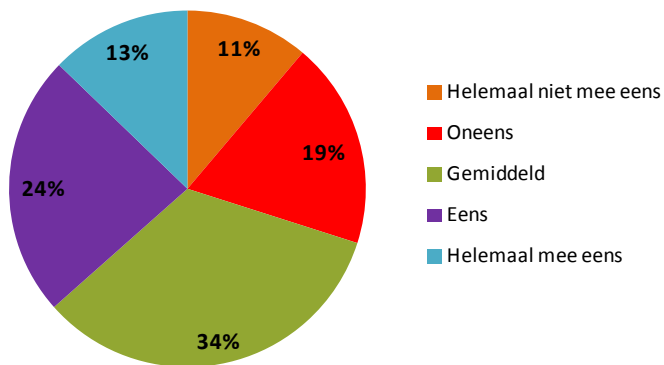
### Afstudeerders gebruiken deze middelen in de zoektocht naar een baan



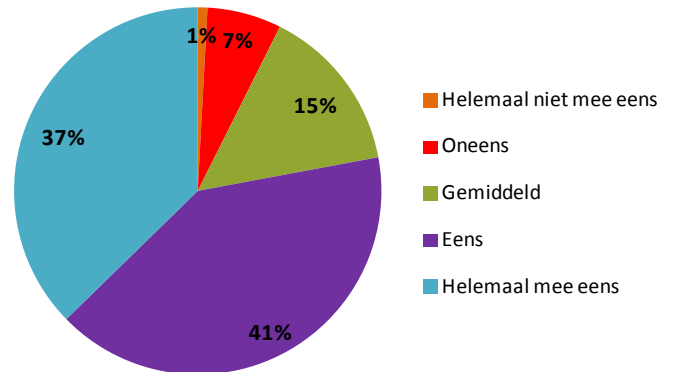
### Liever een e-mail

Wie pas afgestudeerde werkzoekenden wil benaderen voor een baan, kan beter een e-mail sturen. 78% van de ondervraagden vindt het fijn om informatie over een baan via e-mail te krijgen, terwijl maar 37% het fijn vindt wanneer dat via Social Media gebeurt.

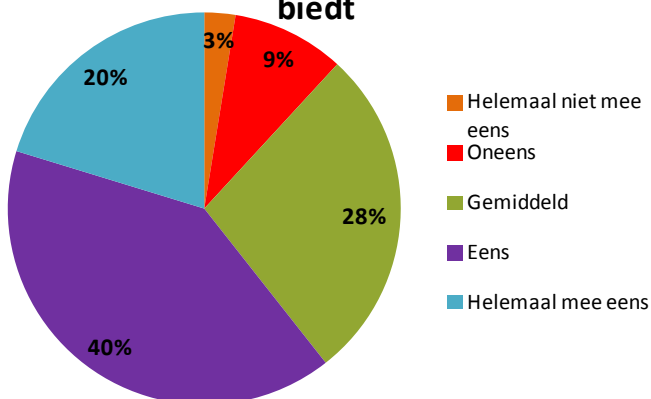
#### Ik vind het fijn als ik informatie over banen/cariere krijg via Social Media



#### Ik vind het fijn als ik informatie over banen/cariere krijg via de mail



#### Ik vind het fijn dat een vacaturesite mij naast vacatures ook andere informatie biedt



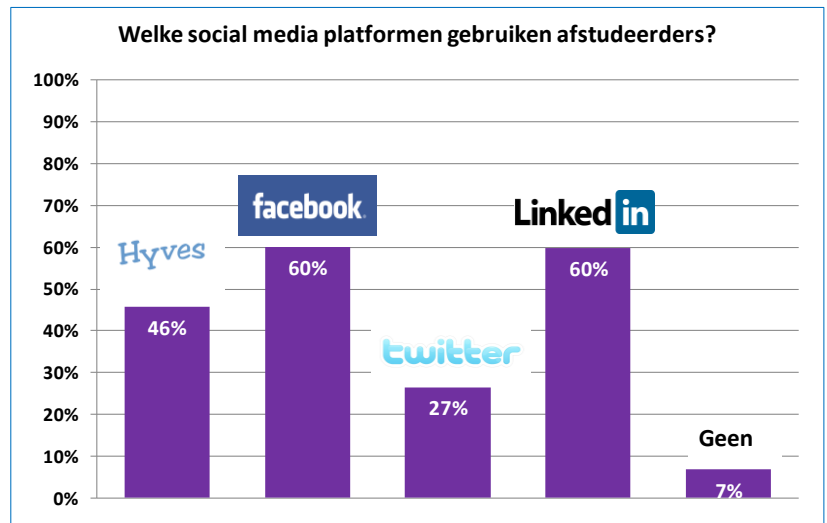
### Carrièreplatform

Daarnaast heeft Monsterboard.nl gevraagd of afstuderende werkzoekenden ook andere informatie via een vacaturesite willen krijgen. 60% staat daar positief tegenover terwijl slechts 12% daar negatief tegenover staat. Werkzoekenden zien Monsterboard.nl niet alleen als banenleverancier maar ook als carrière platform. Afstuderende werkzoekenden staan open voor andere interessante en nuttige informatie.

### Facebook en LinkedIn populair

Bijna alle werkzoekenden die nu afstuderen maken gebruik van een of meerdere Social Media-platformen. Facebook en LinkedIn zijn hierbij de populairste platformen. Bij deze vraag kon er meer dan één account worden geselecteerd.

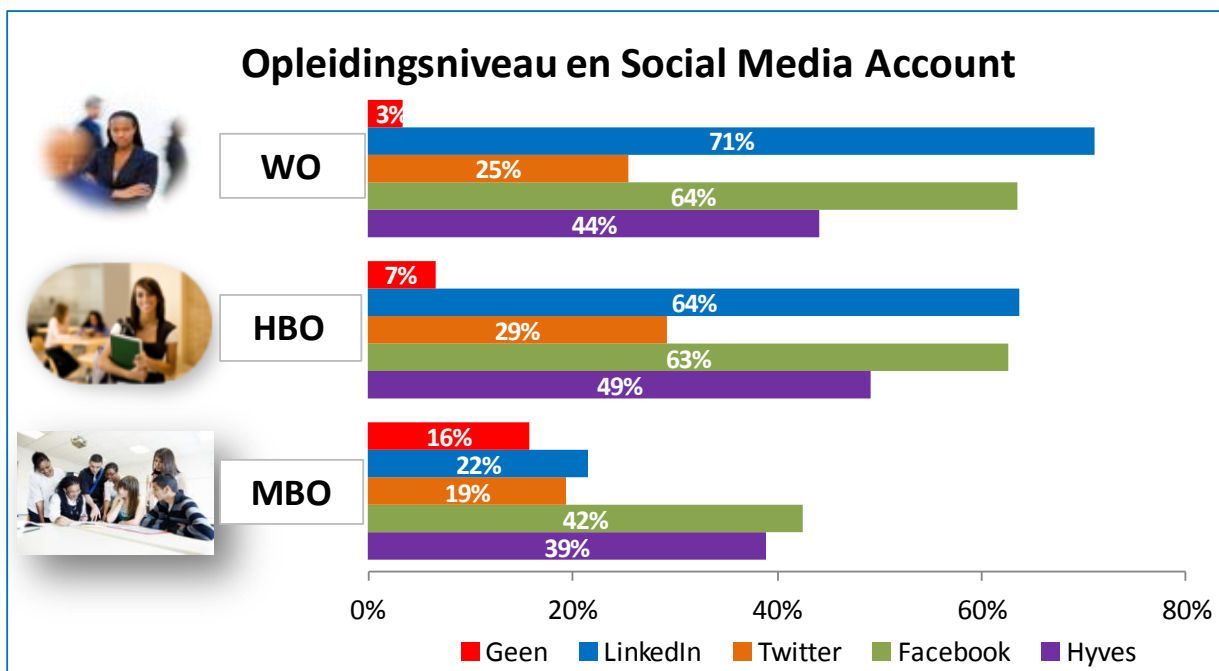
- 60% van de afstudeerders heeft een Facebook account
- 60% van de afstudeerders heeft een LinkedIn account.
- Iets minder dan de helft, 46% van de afstudeerders, heeft een Hyves-account
- Ongeveer een kwart, 27% van de afstudeerders, heeft een Twitter-account.
- Slechts 7% zegt geen account te hebben.



### Hoger opgeleiden gebruiken meer Social Media

Social Media is vooral populair onder afgestudeerden aan het HBO en het WO. Meer dan de helft heeft een LinkedIn en/of Facebook account. Bij het MBO liggen die aantallen een stuk lager. Het meest gebruikte platform is Facebook, dat door 42% van de afstudeerders wordt gebruikt. Enkele andere conclusies:

- LinkedIn wordt het meest gebruikt door WO'ers (71%) en HBO'ers (64%). Slechts 22% van de MBO'ers heeft een LinkedIn account.
- MBO'ers maken vooral gebruik van Facebook (42%) en Hyves (39%). 16% heeft geen Social Media-account.
- De meeste Twittersaars zijn te vinden onder HBO'ers (29%) gevolgd door WO'ers (25%) en MBO'ers (19%).



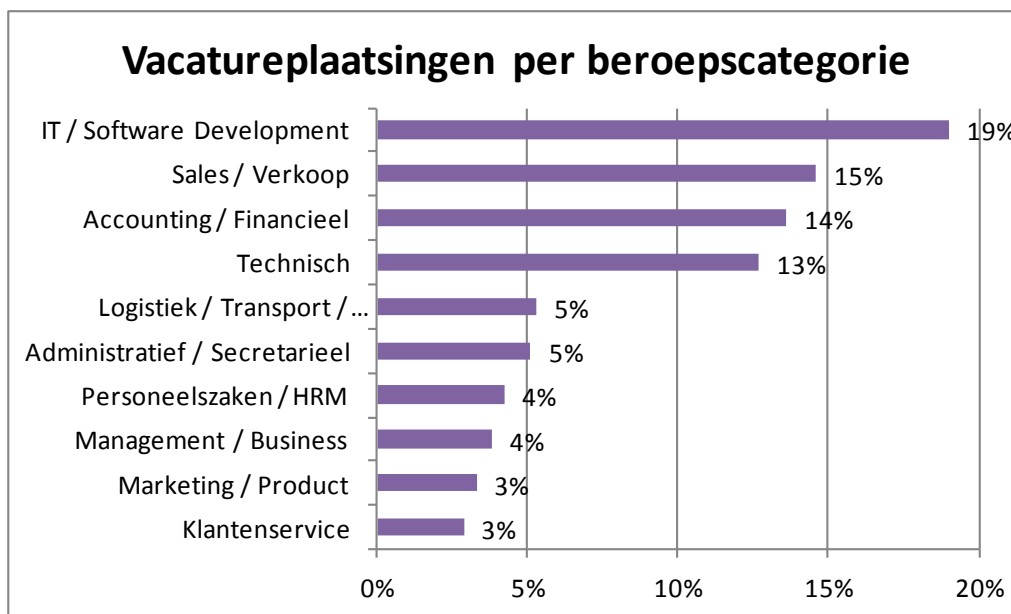
## Vacatureplaatsingen in 2011

Welke beroepsgroepen hebben de meeste vacatures gehad in 2011 en wat waren de meest gevraagde functies? Deze en overige statistieken geven we hieronder weer, voorzien van een toelichting.

## Ontwikkelingen per beroepscategorie

### Relatief veel IT vacatures

De beroepscategorie waarin de meeste vacatures in 2011 zijn geplaatst, is de categorie IT/Software Development met 19%. Op nummer 2 staat Sales/Verkoop (15%) en op nummer 3 Accounting/Financieel (14%). Dit betekent dat de vraag naar IT/Software Development personeel het grootst is in 2011 op Monsterboard.nl, gevolgd door Sales/Verkoop en Accounting/Financieel.



### IT/Software Development

Alle soorten organisaties (klein, groot, commercieel, overheid) durfden in 2011 weer te investeren in IT, waardoor de vraag naar IT-personeel toenam. Hierbij worden vooral beroepen gevraagd die gericht zijn op onderhoud, implementatie en architectuur van IT-systemen.

### Sales/Verkoop

Werkzoekenden in deze beroepscategorie profiteerden van de economische opleving in de eerste helft van 2011. Voornamelijk door de groei van de productie waren er ook meer verkopers nodig. Zowel de productie als de vraag naar salesmedewerkers is in de laatste maanden van 2011 wat afgenomen.

#### *Accounting/Financieel*

De financiële sector heeft het zwaar te verduren gehad tijdens de crisisperiode waarbij de werkgelegenheid is afgenomen. Eenvoudige administratieve taken worden door de bancaire sector geoutsourcet of vervangen door geautomatiseerde processen, met ontslagen tot gevolg. Echter: door alle opgelegde regelgeving aan de financiële sector is er wel steeds meer specialistisch personeel nodig. Mede daardoor waren er toch nog redelijk veel vacatures in deze beroepscategorie, hoewel minder dan vorige jaren.

#### *Techniek*

Tijdens de economische recessie heeft de sector Techniek geen krimp gekend. Deze sector is altijd afhankelijk van overzeese gebieden zoals Azië. In deze gebieden heeft juist een sterke economische groei plaatsgevonden in de afgelopen jaren waar de Techniek in Nederland veel profijt van heeft gehad.

#### *Transport/Logistiek*

De transportsector heeft het in 2011 vrij goed gedaan en profiteerde duidelijk van de gestegen productie in ons eigen land en in de landen om ons heen. Een voorbeeld is Duitsland waar de Industrie sterke tijden doormaakte. Met name de auto-industrie.

#### *Marketing*

Dat marketing het relatief beter doet is opmerkelijk. Dat is bij uitstek een beroepsgroep die snel de klappen krijgt in een mindere periode. Bedrijven hebben blijkbaar weer meer vertrouwen en durven te investeren in het aanprijzen van producten en diensten.

## **Twee opvallende sectoren: Zorg & Horeca**

Naast de beroepsgroepen in de top-10 waren er nog twee sectoren die opvielen in 2011: de Zorg en de Horeca.

#### **Vergrijzing zorgt voor dubbele uitdaging in de zorg**

Ondanks de bezuinigingen in de zorg, neemt de vraag naar personeel als enige overheidssector toe. Monsterboard.nl zag het afgelopen jaar een stijging van het aantal vacatures, en ook het CBS signaleert die trend. Dit is het rechtstreekse gevolg van de vergrijzing die nu en de komende jaren merkbaar zal worden. Enerzijds leidt de vergrijzing tot een uitstroom van ervaren personeel, anderzijds zorgt diezelfde vergrijzing voor meer ouderen die een beroep doen op de gezondheidszorg.

Hoewel het aantal CV's van zorgmedewerkers is toegenomen in het afgelopen jaar, wat een toename van het aanbod van personeel impliceert, verwachten we desondanks dat het in de toekomst lastiger zal worden om alle vacatures ingevuld te krijgen. Monsterboard.nl werkt op dit moment samen met zorginstellingen om te komen tot een effectieve aanpak voor invulling van vacatures op de middellange termijn.

#### **Wisselvallig jaar voor de Horeca**

In de eerste helft van 2011 steeg de omzet en het volume sterk, wat resulteerde in een forse stijging van de vraag naar personeel. Deze vraag was groter dan men normaal mag verwachten in de aanloop van de zomer. Onder andere het gestegen consumentenvertrouwen en de economische groei in Duitsland (toerisme) zorgden voor deze opleving. We zagen vooral dat de Cafés/Restaurants een duidelijk herstel toonden. De hotellerie leek zich langzamer te herstellen dan deze deelsegmenten.

## Meest gevraagde beroepen

De meest gevraagde functies zijn over het algemeen afkomstig van de dominante beroeps categorieën; IT/Software Development, Sales/Verkoop, Accounting/Financieel en Techniek

1	Account management	3,7%
2	Software- en webdevelopment	3,5%
3	Software implementatie en consulting	3,1%
4	Financiële analyse en -rapportage	3,1%
5	Werktuigbouwkunde	2,8%
6	Elektromechanica	2,3%
7	Verkoop - Buitendienst	2,0%
8	Controller	2,0%
9	Systeem- en netwerkkarchitectuur	1,9%
10	Boekhouder	1,9%
11	Financiële planning / Advisering	1,7%
12	Werving en selectie / Recruitment	1,7%
13	Netwerk- en serverbeheer	1,7%
14	Business Development / New Business	1,7%
15	Verkoop - Binnendienst	1,6%

Bron: interne monster data

### Accountmanager meest gevraagd

Accountmanagers werden het meest gezocht in 2011. Deze functie staat op nummer 1 van meest gevraagde functies met 3,7%. Dit was niet de enige sales-gerelateerde functie in de top-15. Ook Verkopers Buitendienst (plaats 7) en Verkopers Binnendienst (plaats 15) werden veel gezocht. Net als Business Developers (plaats 14).

### Veel vraag naar softwareontwikkelaars

Organisaties investeren in 2011 in Software ontwikkeling en Netwerkontwikkeling en zoeken daarvoor naar geschikte mensen om dit te ontwikkelen en te implementeren. Dit zien we terug in de meest gevraagde beroepen bij Monsterboard.nl. Binnen de beroeps categorie IT is er bij Monsterboard.nl een relatief hoge vraag naar Software Development, Software Implementatie en Web Development terwijl er op basis van het aantal CV's een relatief laag aanbod is. Daardoor is er in deze beroepen een krapte.

### Finance en Techniek

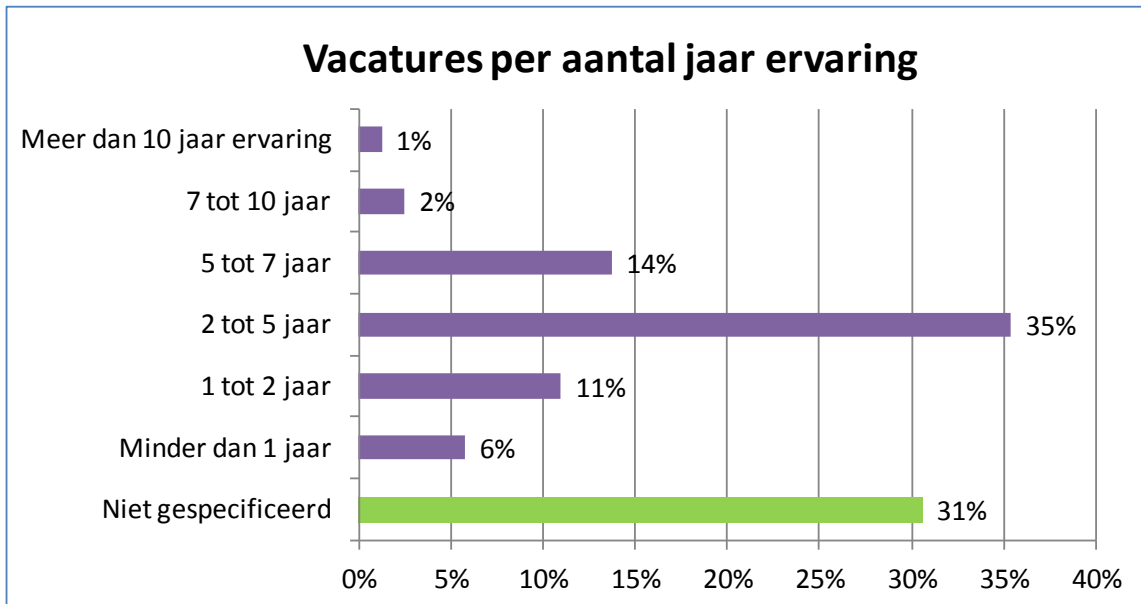
Hoewel de financiële dienstverlening dit jaar minder vacatures had dan voorgaande jaren, stonden er toch vier functies in de top-15: Financiële Analyse en Rapportage (plaats 4), Controller (plaats 8), Boekhouder (plaats 10) en Financiële planning (plaats 11). De sector techniek zocht voornamelijk Werktuigbouwkundigen (plaats 5) en mensen die werkzaam zijn in de Elektromechanica (plaats 6).

### Werven om te werven

De groei van het totaal aantal vacatures in het begin van het jaar zorgde voor een andere opvallende functie in de top-15: Recruiter. Waar veel geworven moet worden, heeft men eerst mensen nodig die kunnen werven.

## Carrièreniveau en werkervaring

Werkgevers kunnen in hun vacature op Monsterboard.nl aangeven hoeveel werkervaring ze verwachten van een kandidaat en aan welk carrièreniveau ze de voorkeur geven. Onderstaande cijfers geven goed weer naar welke ervaring werkgevers op zoek zijn.



Bron: interne monster data

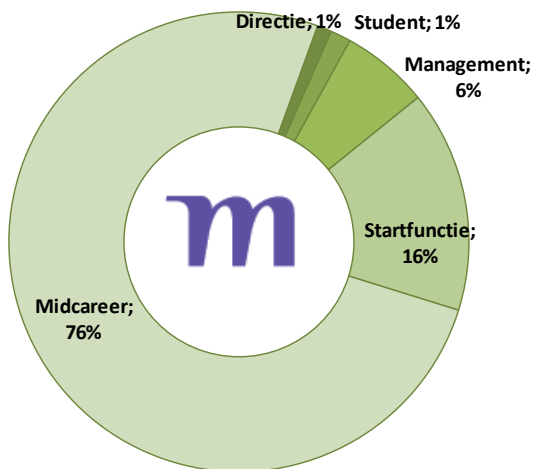
### 2-5 jaar werkervaring meest gewenst

Als werkgevers een voorkeur hebben naar aantallen jaren ervaring, dan is het merendeel op zoek naar personeel met 2-5 jaar ervaring. Dit betekent dat bedrijven op zoek zijn naar 'young potentials', de zogenoemde talenten van tegenwoordig.

### Een derde heeft geen voorkeur

Starters op de arbeidsmarkt hoeven niet te wanhopen. 11% van de vacatures vraagt 1-2 jaar ervaring en 6% minder dan een jaar. Opvallend is echter dat een derde van de vacatures (31%) geen voorkeur heeft voor een bepaald aantal jaren werkervaring.

### Vacatures per carriërniveau

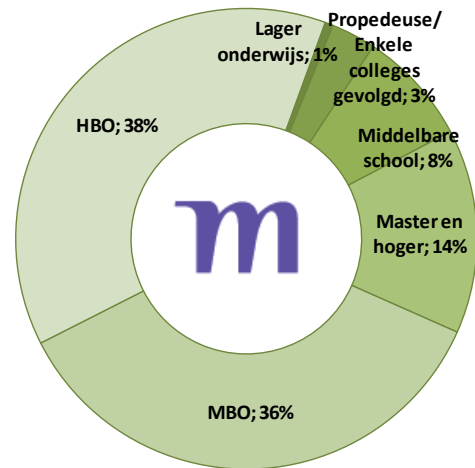


Bron: interne monster data

#### Een op de zes vraagt naar starter

Hoewel het merendeel van de vacatures vraagt om een medewerker van midcareer-niveau, valt op dat een op de zes vacatures een starterfunctie is. Dit kan ermee te maken hebben dat bedrijven op zoek zijn naar startende en relatief goedkopere krachten die zij zelf kennis kunnen bijbrengen. Ook Monsterboard.nl heeft in 2011 de gratis stage vacature geïntroduceerd. Hier hebben werkgevers graag gebruik van gemaakt.

### Vacatures per opleidingsniveau



Bron: interne monster data

#### Gezocht: personeel op alle niveaus

Hoger opgeleiden zijn gewild bij werkgevers in Nederland: 38% van de vacatures vraagt naar een HBO'er en 14% naar iemand die minimaal Master heeft. Echter, MBO komt na HBO op een tweede plek. In 36% van de vacatures wordt gezocht naar een MBO'er. Hieruit kunnen we concluderen dat er op alle niveau's naar personeel wordt gezocht bij Monsterboard.nl

## Regionale ontwikkelingen

Wanneer we het aantal vacatureplaatsingen bij Monsterboard.nl in Nederland geografisch weergeven ziet dit er als volgt uit:

- Vacatures op Monsterboard.nl worden het meest geplaatst in Noord-Holland (27% van totaal), Zuid-Holland (22%), Utrecht (15%) en Noord-Brabant (15%). Dit zijn ook de provincies met het hoogste percentage beroepsbevolking van Nederland. (Bron: CBS)
- Gezamenlijk hebben deze provincies een aandeel van 79% in het totaal aantal vacatures in 2011.
- De provincies waar de minste vacatureplaatsingen bij Monsterboard.nl worden gedaan, zijn Friesland (1% van totaal), Groningen (1%), Drenthe (1%) en Zeeland (1%).



Bron: interne monster data



Bron: interne monster data

De provincies waar vergeleken met vorig jaar de meeste toename in aandeel van vacatureplaatsingen is geweest, zijn Noord-Brabant (1,5%), Limburg (+0,47%) en Noord-Holland (+0,2%). De grootste afname in aandeel is in de provincies Zuid-Holland (-0,4%), Flevoland (-0,4%) en Friesland (-0,4%).

In het volgende gedeelte zullen we de provincies en de specifieke vraag naar personeel uitlichten. In alle provincies is vooral vraag naar personeel in de beroeps categorieën Techniek, IT/Software Development, Sales/Verkoop en Accounting/Finance. Het beeld per provincie verschilt niet sterk van het landelijke beeld van de vraag naar werk.

Binnen iedere provincie wordt door organisaties veel aandacht besteed aan de ontwikkeling en uitrol van nieuwe IT-systemen waarvoor ontwikkelaars nodig zijn. Binnen Techniek is er op Monsterboard.nl vooral vraag naar de beroepen Werktuigbouwkunde, Elektromechanica; daarnaast worden er vooral Technische Bedrijfskundigen gezocht. Uit deze vraag kan worden afgeleid dat er vooral groei is bij industriële bedrijven die veel aandacht besteden aan het optimaliseren. Binnen de beroeps categorie Accounting/Finance is de meeste vraag naar Financieel en Analytisch personeel, Controllers en Boekhouders. Organisaties zoeken naar enerzijds hooggekwalificeerde krachten als

Controllers en Financiële Analisten wat heeft te maken met het feit dat organisaties een scherp zicht willen hebben op kosten en te verwachten inkomsten. Anderzijds worden vakkundige boekhouders gevraagd. Binnen de beroepscategorie Sales/ Business Development vooral vraag naar Account Management en Verkoop Buitendienst.



## Noord-Holland

De meeste vacatures waren in 2011 te vinden in Noord-Holland (27%). Noord-Holland is gestegen in het aandeel vacatures binnen Nederland sinds 2010. Vanwege de daling van vacatures binnen onder andere de publieke sector (overheid) en de industriële sector (Rotterdam) die een groot aandeel hebben binnen de economie van Zuid-Holland is Noord-Holland in aandeel gegroeid. Noord-Holland daarentegen doet het erg goed binnen de sectoren Dienstverlening, Financieel en Logistiek. Ook in Noord-Holland zien we ook een terugloop van aantal vacatures binnen de publieke sector. Noord-Holland lijkt alleen minder afhankelijk te zijn van deze sector dan Zuid-Holland.

Ruim 67% van vacatureplaatsingen in Noord-Holland in 2011 bevindt zich in de beroepscategorie IT/Software Development, Sales/Verkoop, Accounting/Finance, Techniek en Management/Business. Dat deze categorieën niet terugkomen in de top 15 qua aanbod van CV's is omdat dit schaarse beroepscategorieën zijn en de werkzoekenden zich eerder oriënteren op concrete vacatures dan dat ze benaderd willen worden.



## Zuid-Holland

Zuid-Holland staat dit jaar in aantallen vacatures in Nederland op de tweede plek (22%). Zuid-Holland heeft de afgelopen jaren te maken gehad met een grote terugval van vacatures. Dit was onder andere in de publieke sector (overheid) door bezuinigingen. Daarnaast in de industriële sector (Rotterdam). Deze twee sectoren hebben een groot aandeel binnen de economie van Zuid-Holland.

56% van de vacatureplaatsingen in Zuid-Holland in 2011 valt in de beroepscategorieën Techniek, IT/Software Development en Sales/Verkoop. In Zuid-Holland is, naast medewerkers voor Sales/Verkoop, vooral vraag naar personeel die zich bezighoudt met het ontwikkelen van IT-systemen.



## Utrecht:

Ook in Utrecht is de vraag naar personeel hoog. Utrecht staat op nummer 3 met 15% van de vacatureplaatsingen in 2011. In Utrecht is er in 2011 vooral vraag naar personeel voor de categorieën IT/Software Development, Sales/Verkoop, Accounting/Financieel en Techniek. Deze vacatures vertegenwoordigen in 2011 69% van de vacatureplaatsingen.



## Noord-Brabant

Het aantal online vacatures in Noord-Brabant vertoont op Monsterboard.nl een stijgende trend. Noord-Brabant bevindt zich ten opzichte van alle provincies op de vierde plek qua aantallen vacature plaatsingen. De groei in 2011 in aantallen vacatures ten opzichte van 2010 bedraagt 8%. Hieruit kan worden geconcludeerd dat er sprake is van een sterk herstel van het aantal vacatures in Noord-Brabant in 2011. Noord-Brabant is een provincie waar zich veel industrie bevindt, een sector die het afgelopen jaar de meeste economische groei kende. Dit had een positieve impact op de werkgelegenheid in de regio. Wat betreft vergrijzing neemt Noord-Brabant een middenpositie in. Het verwachte percentage van mensen ouder dan 65 jaar in 2040 bevindt zich rond 25% (CBS).

In Brabant wordt vooral gevraagd naar personeel voor de categorieën IT en Engineering, gevolgd door Sales/Verkoop en Accounting/Finance. Bij de commerciële functies sluiten vraag en aanbod goed op elkaar aan terwijl er bij Techniek sprake is van een krapte terwijl er bij ondersteunend personeel een overschot is.



## Gelderland

Gelderland bevindt zich op de vijfde plek qua aantal vacatureplaatsingen. Het aandeel in het totaal vacatures van 2011 blijft ongewijzigd ten opzichte van 2010. De verwachting is dat Gelderland een van de provincies zal zijn die een structureel tekort zal krijgen in hoogopgeleid personeel en personeel met ervaring.

De beroepscategorieën waar veel personeel voor wordt gevraagd zijn Techniek, IT/Software Development, Sales/Verkoop en Accounting/Finance. In Gelderland is krapte zichtbaar in Techniek en IT/software Development. Bij de commerciële beroepscategorieën Sales/Verkoop en Marketing/Product sluiten vraag en aanbod goed op elkaar aan, terwijl er een overschot is aan ondersteunend personeel zoals Administratief medewerkers.



## Overijssel:

Overijssel staat in aantal vacatureplaatsingen in 2011 bij Monsterboard.nl op de zesde plaats. De vraag spitst zich in Overijssel vooral toe op Techniek, IT/Software Development en Sales/Business Development. Deze beroepscategorieën vertegenwoordigen 64% van de meest gevraagde beroepscategorieën in 2011. In Overijssel is er sprake van krapte op IT/Software Development terwijl vraag en aanbod van de commerciële beroepen (Sales/Verkoop, Marketing/Product) juist goed op elkaar aansluiten. Er is een overschot in personeel voor ondersteunende beroepscategorieën zoals Administratief/Secretarieel.



## Limburg

Limburg is de provincie met de grootste groei in vacatures ten opzichte van 2010 (12%). De productie en transport is in 2011 aangetrokken waar met name een provincie als Limburg van profiteert. De productie en transport is in 2011 aangetrokken waar met name een provincie als Limburg van profiteert. Enerzijds door bedrijven als DSM, anderzijds door de ligging van Venlo als logistiek knooppunt. Limburg grenst aan Duitsland dat in 2011 een sterke economische groei heeft doorgemaakt en vervoert ook veel goederen via Maastricht airport. Limburg is samen met Zeeland een van de provincies waar de vergrijzing het zwaarst zal vallen, dit zal voornamelijk in het onderwijs en de zorg te voelen zijn.

In Limburg wordt vooral personeel gevraagd in de beroeps categorieën Techniek, IT/Software Development en Sales/Verkoop. Voor de beroeps categorie Sales/Verkoop is vraag en aanbod in balans terwijl er een schaarste is in de beroeps categorieën Techniek en IT/Software Development.



## Flevoland

Flevoland is een van de provincies met het laagst aantal mensen van 65 jaar en ouder. Daarnaast is de verwachting dat het inwonertal van deze provincie blijft groeien.

In Flevoland is een meerderheid (55%) van het aanbod van werk binnen de beroeps categorieën IT/Software Development, gevolgd door Sales/Verkoop en Software Implementatie en Consulting. Kortom: er is opvallend veel vraag naar IT-expertise. In Flevoland is vooral krapte in personeel in IT en een overschot aan ondersteunend personeel.



## Friesland

Friesland krijg vanaf 2012 sterk te maken met een tekort aan personeel door vergrijzing. Daardoor zal de trend in de groei van vacatures voornamelijk komen door het vervangen van uittredende babyboomers. Een direct gevolg van de vergrijzing zal ook in Friesland een tekort aan hooggeschoold personeel zijn, plus een sterke vraag naar zorgpersoneel die de verzorging van ouderen op zich zal moeten nemen. Op de lange termijn zal ook voor Friesland de trend van het vertrek van jonge mensen en gezinnen te zien zijn, net zoals in Limburg en Zeeland. Ook de industrie zal zich daardoor naar grote steden en de Randstad verplaatsen.

In de relatief dunbevolkte provincie Friesland is het aantal vacatureplaatsingen in 2011 gestegen. Dit kan deels worden toegeschreven aan vergrijzing en de trek naar het westen van de Friese bevolking. In Friesland is er vooral vraag naar ontwikkelpersoneel op het gebied van IT/Software Development en Techniek. Deze twee beroeps categorieën vertegenwoordigen 58% van de vacatures in Friesland op Monsterboard.nl in 2011.



### Groningen:

Groningen is een provincie die direct aan Duitsland grenst en daardoor profiteert van de economische groei van dit land. Een voorbeeld hiervan is de Eemshaven die zich letterlijk naast Duitsland bevindt en waardoor de industrie meelift op de aantrekkende Duitse industrie. Ook Groningen is een vergrijzende provincie waardoor er vraag naar personeel zal blijven.

In de relatief dunbevolkte provincie Groningen is het aantal vacatureplaatsingen in 2011 gestegen. Dit kan deels worden toegeschreven aan vergrijzing en de trek naar het westen van de Groningse bevolking. Er is vooral vraag in Groningen naar personeel in de beroeps categorieën Techniek, IT/Software Development en (in mindere mate) Sales/Verkoop. In Groningen is vraag en aanbod bij commercieel personeel goed in balans, terwijl er vooral schaarste is in de beroeps categorie Techniek en IT/Software Development.



### Drenthe:

Ook Drenthe is een vergrijzende provincie. De beroepsbevolking zal de komende jaren afnemen van 54% naar 52% tot 2020. Bedrijven in Drenthe merken nu al duidelijk dat ze te maken hebben met vergrijzing in het personeelsbestand. Door de vergrijzing zien we daardoor ook een uitdaging in het aannemen van personeel in de zorgsector. Daarnaast is de verwachting dat het aantal mensen boven de 60 jaar alleen maar zal toenemen komende jaren in Drenthe doordat deze hun oude dag in Drenthe willen doorbrengen.

Er is vooral vraag naar de beroeps categorieën Techniek, IT/Software Development en Sales/Verkoop. In Drenthe is vraag en aanbod bij commercieel personeel goed in balans terwijl er vooral schaarste is in de beroeps categorie Techniek en IT/Software Development.



### Zeeland

Het vacatureaanbod in Zeeland heeft zich door de jaren heen vooral ontwikkeld binnen de sectoren Industrie/Vervaardiging en de Zorg. Deze sectoren hebben het grootste aandeel in het totaal aantal vacatures in de provincie Zeeland. De reden dat de zorg een van de sectoren is met het hoogste vacatureaanbod, komt door de sterke vergrijzingsgraad binnen Zeeland en het wegtrekken van jonge gezinnen naar de Randstad. We zien een duidelijk herstel in vooral de sectoren Industrie/Vervaardiging, Transport/Logistiek en Detailhandel. Dit is conform de trend die we landelijk zien. Zeeland blijft nog steeds een provincie die sterk op industrie is gefocust.

De vraag spitst zich vooral toe op de beroeps categorie Techniek waar overduidelijk een schaarste is. In Sales/Verkoop sluiten vraag en aanbod goed op elkaar aan en is in evenwicht op Monsterboard.nl.

## Interview: HighTech Solutions

**HighTech Solutions houdt zich bezig met het ontwikkelen van technische, embedded software voor (middel)grote high-tech bedrijven in Nederland. Directeur Henk Dijkstra vertelt over de groei die ze het afgelopen jaar hebben doorgemaakt.**

### Groei personeel

“In 2009 hadden we zoals zoveel technische bedrijven een duidelijke dip. In 2010 groeiden we al licht, maar ondervonden we nog wel naweeën van 2009. Dit jaar was echt een groei-jaar, voornamelijk in de eerste helft van 2011. In totaal hebben we acht nieuwe mensen aangenomen en één personeelslid vervangen. Een flinke groei voor een bedrijf van in totaal 25 personen.

Ik denk wel dat de groei zich komend jaar zal doortrekken, hoewel je het met de huidige perikelen in Europa om ons heen niet zeker weet. Je moet wel de vinger aan de pols houden en alert blijven, maar tot nu toe beluisteren wij bij onze technische klanten dat men nog wel gewoon doorgaat.”

### Krapte

“In de eerste helft van 2011 viel het nog wel mee om mensen aan te trekken, maar nu is het lastiger geworden. We krijgen minder respons op onze vacatures dan een jaar geleden. Het lijkt er toch op dat de arbeidsmarkt wat op slot zit en mensen minder durven te bewegen. Ik verwacht dat de markt voor ons de komende jaren nog een stuk krapper zal gaan worden. We zien ook dat het aantal afgestudeerden, die in onze branche zou kunnen werken, aan hogescholen en TU's niet erg groot is. Natuurlijk zijn het wel enkele honderden per jaar, maar de verwachting is dat die aantallen lager zijn dan de markt daadwerkelijk nodig heeft. Dat baart ons wel zorgen.

We zullen steeds meer over de grens moeten gaan kijken. We werken nu al met drie mensen buiten Nederland: uit Egypte, Italië en België. Voorheen waren we daar wat voorzichtiger mee, omdat het toch prettig is als alle medewerkers Nederlands praten. Voor het specifieke werk is dat niet nodig, maar wel voor het contact met klanten en collega's. In de toekomst zullen we er niettemin zeker vaker gebruik van moeten maken.”

### Arbeidsverbanden

“Ik denk daarom ook dat de flexibilisering van werk zal gaan toenemen. In een krappe markt zie je dat freelancers en ZZP'ers zich wat makkelijker kunnen profileren. Wij maken daar zelf ook gebruik van. We hebben constant drie à vier mensen naast ons gewone vaste dienstverband die op freelance basis voor ons werken.”

### Employer Branding

“Hoewel onze website maar drie jaar oud was, zijn we onlangs een traject gestart om hem te vernieuwen, dynamischer te maken en aan te passen aan de huidige tijd. Dit om meer mensen via onze eigen site te werven, want daar gebruiken we onze website voor 80-90% voor. Verder zijn we niet actief bezig met Employer Branding. We zitten wel op LinkedIn, maar dat gebruiken we eigenlijk meer voor ons klantencontact. Facebook en Twitter gebruiken we nauwelijks, omdat wij merken dat de gemiddelde techneut relatief weinig met die kanalen doet. Volgens mij zijn zij bang voor een enorme overload aan informatie. LinkedIn past wat dat betreft beter bij onze organisatie.”

## Interview: Philips

**Hoe verging het Philips het afgelopen jaar en hoe zien zij de toekomst van de arbeidsmarkt tegemoet? Natalie Klerx en Christa Horrocks, werkzaam bij Philips Talent Acquisition, vertellen.**

### Groei personeel

“Onze afdeling heeft het afgelopen jaar duidelijk meer personeel aangetrokken dan andere jaren. Het betrof voornamelijk groei en dan voornamelijk vacatures op HBO- en WO-niveau. Na een periode van inkrimping hebben we echt weer gekozen voor bouwen. Het komend jaar zullen we wel wat minder groeien, omdat de economie nu eenmaal wat minder is. We hebben een hele duidelijke keuze gemaakt om pas op de plaats te maken om op andere gebieden wel te groeien, zoals op het gebied van innovatie en het vermarkten daarvan. Dan gaat het voornamelijk om technici en Sales functies.”

### Employer Branding

“We hebben een experience-strategie, met als doel dat potentiële kandidaten Philips als merk kunnen beleven. Daarvoor sluiten we aan bij evenementen en seminars waarbij we echt interactie kunnen krijgen met de kandidaten en discussies kunnen voeren. Ook organiseren we een paar keer per jaar een Experience Day waarbij professionals of graduates langskomen om te beleven hoe het is om bij ons te werken. Medewerkers laten we ook aan het woord in filmpjes die op onze carrière website staan. Daarnaast gebruiken we sociale media om deze experience uit te dragen, onder andere door deel te nemen aan discussiegroepen op LinkedIn of door deze te faciliteren. Belangrijk daarbij is dat we niet als afdeling aan het woord zijn, maar de medewerkers zelf laten praten over het bedrijf.”

### Vergrijzing

“Wat wij binnen dit thema heel belangrijk vinden is het mobiel houden en ontwikkelen van de groep 55-plussers. Juist omdat we ons realiseren dat daar nog zoveel *human capital* zit. Zij kunnen hun kennis overdragen aan onze nieuwe mensen en begeleiden in hun carrière.”

### Krapte

“We verwachten geen krapte op de totale arbeidsmarkt, maar bij specifieke functies zullen er altijd problemen zijn om de juiste mensen te vinden. Bij de een zal het wat krappere worden en bij de ander wat breder. Maar dan kun je ook kijken naar de internationale arbeidsmarkt, wat bijvoorbeeld bij marketing functies steeds meer gebeurt. Want als de markt krap is in Nederland, is hij misschien ruim in België of Duitsland.”

### Arbeidsverbanden

“We zijn ons bewust van de veranderende trend waarbij mensen vaker van werkgever wisselen en flexibeler willen werken. We zijn aan het kijken hoe we daar als werkgeversmerk goed op kunnen inspelen. Bijvoorbeeld in ons pakket van arbeidsvoorwaarden, waarbij we ruimte geven voor parttimewerk, flexibele werktijden en thuiswerken. Ook werken we vaker met kortdurende dienstverbanden zoals projectcontracten. Dat zijn oplossingen om mensen toch binnen te halen in je bedrijf, zonder dat ze daar meteen benauwt van worden. Maar het is ook nog steeds mogelijk om een lange carrière binnen Philips op te bouwen. Het is zo'n divers bedrijf dat je in extreem veel verschillende functies, sectoren en regio's kunt werken. Het is ons uitgangspunt om dat te faciliteren en een van onze kernpunten van onze Employer Branding.”

## Interview: Brunel

**Met vestigingen in 38 landen geldt Brunel als een van de grootste internationale detacheerders. Markten waarin Brunel gespecialiseerd is, zijn Olie en Gas, Industrie, Technology en Infrastructuur. Brunel heeft specialisten in dienst op het gebied van o.a. engineering, IT, Finance en Legal. Roelof Otten, International Marketing Manager, vertelt over de uitdagingen op de arbeidsmarkt.**

### Groei

“We hebben een zeer goed jaar gedraaid met mooie stijgende omzetcijfers. Wij detacheren hoogopgeleide specialisten waar op dit moment veel vraag naar is. Wereldwijd groeien we momenteel sterk in Olie en Gas en in Duitsland waar veel behoefte is aan goede gespecialiseerde ingenieurs. In Nederland groeien we ook, voornamelijk in de financiële dienstverlening. Wat dat betreft hebben we weinig gemerkt van de financiële crisis. Want wat doen partijen die veel mensen moeten ontslaan? Die gaan juist tijdelijk personeel inhuren!”

### Krapte

“We zitten in een niche waar veel schaarste heerst, zowel bij Techniek, IT, Finance als Legal. De hoogopgeleide specialisten in deze sectoren zijn erg gewild. Ik denk dat deze trend zich doorzet en dat er daardoor steeds meer grensoverschrijdende arbeidsmobiliteit gaat ontstaan. Nu al halen we voor Nederlandse opdrachtgevers mensen uit landen als Spanje, Mexico, Bulgarije. In die landen zijn veel specialistische medewerkers, maar is geen werk. Sommigen werken daar nota bene in de horeca. Ook zoeken we personeel voor Nederlandse bedrijven die zelf naar het buitenland zijn gegaan of plannen hebben om dat te doen. China en Brazilië zijn wat dat betreft echt opkomende markten.”

### Employer Branding

“Het is voor ons een continue uitdaging om goede mensen te vinden. We hebben daarom de afgelopen tijd veel in ons merk geïnvesteerd, om te laten zien hoe leuk het is om voor ons te werken. We hebben eerst een strategische heroriëntering gedaan om te bepalen waar we als merk voor staan. Daar zijn de merkwaarden ‘agile, expert, engaged en reliable’ uitgekomen. Vervolgens zijn we die naar buiten gaan uitdragen. Allereerst door een brede campagne, maar daarnaast ook via Social Media. Op onze facebook-pagina bloggen we over bijzondere projecten waar mensen aan werken, maar schrijven we bijvoorbeeld ook over ontwikkelingen op het gebied van Java-developing, om ons als expert te profileren.

Daarnaast zijn we dit jaar gestart met een inhouse recruitment event – de Brunel Carrière Challenge – waar mensen ons bedrijf kunnen leren kennen. En we geven sollicitatietrainingen op universiteiten, waarmee we ons al in een heel vroeg stadium bij potentiële kandidaten kunnen profileren als merk en als interessant bedrijf om voor te werken.”

### Arbeidsverbanden

“Zonder voor eigen parochie te willen preken, denk ik dat de flexibilisering van arbeid een toenemende trend gaat worden. Ik denk zelfs dat het een kritische succesfactor kan worden voor ondernemen. Je kunt als bedrijf daardoor veel beter je personeelsbestand aanpassen op de vraag van de markt. Daarbij is het rendement van flexibele arbeid vrij hoog, want je krijgt mensen die op een heel specifiek project zitten, met hele duidelijke doelstellingen.”

## Employer Branding

Employer Branding is op dit moment een hot topic in recruitment. Wanneer we het over Employer Branding hebben, komt vaak naar voren “dat we er iets mee moeten” of “wij moeten ook aan onze Employer Branding Strategie werken”. Maar wat is nou Employer Branding en hoe werkt dat het beste? In dit stuk zullen we u meenemen in de visie van Monsterboard.nl op Employer Branding. Vera Sleutels, Business Development Manager Benelux bij Monsterboard.nl, vertelt u hoe u als bedrijf gebruik kunt maken van Employer Branding.



Vera Sleutels  
Business Development  
Manager

## Employer Branding; een doel om of het resultaat van?

Onbekend maakt onbemind...

Het kopen van producten en diensten wordt mede bepaald door de naamsbekendheid. De meerwaarde die het product voor je heeft, de aansluiting bij een nog onvervulde behoefte of omdat iemand die je vertrouwt het je aanraadt.

Producten en diensten worden uitgebreid gepresenteerd in diverse relevante media, met het juiste beeld en inspelend op latente behoeftes van de gebruiker of zijn of haar beïnvloeders. Uitgebreide kennis van het product, van de gebruikers of potentiële gebruikers en de meerwaarde die het product of dienst voor het individu zou kunnen vervullen worden zo gericht vermarkt via de juiste media, met het juiste verhaal op het juiste moment, om zo de afzet van de producten en diensten te behouden en te vergroten. Indien dit op een juiste manier gebeurt, levert dit een trouwe schare gebruikers en een toename in de omzet voor de korte en lange termijn op. Echter, het merk is zo sterk als het meest renderende product!

Maar wat nu als u een werkgever bent? Wat is dan uw Brand en hoe zet u dat in de markt? Met uiteraard de juiste boodschap en het juiste moment? En zijn uw openstaande vacatures een op zich zelf staand doel, of is het een middel om iets anders te kunnen bereiken? Namelijk het verkopen van uw organisatie/ bedrijf als werkgever aan de het talent dat u zoekt?

Zie een werkgever eens als niets meer dan een verzameling van het product Arbeid. De medewerkers vormen dan de verzameling van afnemers van deze Arbeid en bepalen op deze manier de waarde van uw Brand c.q. product. Met uw vacatures zet u als werkgever uw product in de markt om zo in te spelen op de behoefte van uw potentiële nieuwe afnemers. Als werkgever zult u deze daarom gericht moeten verkopen aan de individuele consumenten, die u aan u wilt binden. Een heldere, begrijpbare en aansprekende productomschrijving met een duidelijke meerwaarde voor het individu; voor elk product op de markt is het er wel, maar geldt dat ook voor uw vacatures?

Moet u als werkgever aan relatiemarketing gaan doen en daarom customer relationships met uw talent gaan opbouwen? En waarom zou u dat moeten doen? Ziet u schaarste aan het juiste talent ontstaan in bepaalde functiegroepen, of realiseert u zich dat een boodschap zich online razend snel verspreidt, maar ook weer net zo snel vervangen wordt door de volgende nieuwe boodschap?

En hoe doet u dit dan? Het idee is simpel: u bent bereid en in staat om uw wervingsaanpak aan te passen aan de behoeften en wensen van uw consument. Uw gewenste talent op basis van wat hij of zij u vertelt en wat u weer over hem/ haar. Moet het groots en grootschalig?

Denk eens na over het volgende: stel u wilt een huis kopen met een tuin op het zuiden voor uw kinderen om in te spelen en minimaal drie slaapkamers? Bent u dan geïnteresseerd in de volgende beschrijvingen: aangeboden woonruimte met buitenruimte? Leest u dan verder?

Waarschijnlijk niet, tenzij er foto's bij staan van de woonruimte, waarop een zonnige tuin te zien is en foto's waarop te zien is dat er drie verschillende ruimtes zijn met een bed erin.

Relatiemarketing is gebaseerd op het idee om een lerende relatie aan te gaan met elke klant (uw potentiële medewerkers), op basis van uw meest waardevolle kenmerken. Zie een lerende relatie als een die steeds slimmer met elke interactie. De klant vertelt u welke productkenmerken hij of zij aantrekkelijk vindt of nodig heeft, en u past uw vacature aan om hieraan te kunnen voldoen. Elke interactie met uw potentiële medewerker verbetert uw vermogen om uw product te passen aan deze bepaalde klant (potentiële medewerker). Dus:

- *Weet wie uw afnemers zijn voor elk van uw product;*
  - Wie zoekt u nu echt voor uw vacature(s)?
  - Welke taken moet hij of zij vervullen, wat doet hij of zij nu?
  - Wat wil hij of zij in de toekomst?
  - U kent uw doelgroep, een deel werkt immers al bij u of heeft er gewerkt, en u weet hoe u contact met ze kan krijgen. Het is cruciaal om dit zo gedetailleerd mogelijk te weten: niet alleen hun opleidingsniveaus, werkervaring, maar meer nog hun gewoonten, voorkeuren, enzovoort. En niet zomaar eenmalig dit in kaart brengen. U moet de klant herkennen bij elk contactpunt, in elk medium wordt gebruikt, op elke locatie en binnen elke afdeling van uw bedrijf, ongeacht welk product erbij betrokken is.
- *Weet wat u hen te bieden heeft;*
  - Waarom werken zijn of haar vakgenoten al wel bij u? Klanten zijn verschillend in twee belangrijke manieren: ze hebben verschillende behoeftes om uw product af te nemen en kennen ook andere waarden toe aan uw product. Als u weet wie u afnemer is, en weet wat uw product van meerwaarde is voor hen, zult u hen ook op gericht wijze uw product kunnen aanprijzen en zult u ook in staat zijn om in te spelen op het individuele gedrag.
- *Weet hoe en waar u uw product aan de man/vrouw moet brengen.*
  - Het beperken van kostenefficiëntie en het vergroten van de effectiviteit zijn natuurlijk key! Doordat u weet wie uw afnemer is, zult u al gericht communiceren en daardoor minder spenderen. Zo zal een bedrijf dat gerichte, up-to-date informatie biedt via wervingskanalen niet onnodig moeten investeren om de juiste afnemers te bewegen. Effectiviteit verbetert door het genereren van tijdige, relevante informatie, het verstrekken van een beter inzicht in de behoeftes van een klant of een nauwkeuriger beeld van de waarde van een klant. Elke interactie met een klant dient plaats te vinden in de context van alle eerdere interacties met de klant. Een gesprek zou moeten oppakken, waar de laatste ophield.
- *Weet hoe u uw product kunt aanpassen aan de individuele wensen van de klant (potentiële medewerker).*
  - Uiteindelijk is de vraag vanuit de afnemersmarkt veranderlijk en zult u daar als werkgever op moeten anticiperen en uw strategie op moeten aanpassen. In ieder geval, u zult in staat moeten zijn om een bepaalde klant op basis van wat is geleerd over die klant door de werving-, HR-, of andere afdeling te behandelen. In de haast om de vruchten te plukken van relatiemarketing, is het gemakkelijk voor een bedrijf om deze belangrijke vierde stap over het hoofd te zien, waardoor veelal de aanpak weer verwordt tot niet – customer relationship management.

Employer Branding is het verkopen van het product Arbeid van de individuele werkgever. Elke vorm arbeid bij elke werkgever is anders en moet daarom gericht in de markt gezet worden om in te kunnen spelen op de behoefte van de gezochte doelgroep. Nee, Employer Branding is dus geen doel, maar het resultaat van verschillende marketingstrategieën om het doel te bereiken, namelijk vacatures in te kunnen vullen. Uiteindelijk zou hieruit een overall Employer Brand gedestilleerd kunnen worden voor een werkgever.

## De huidige situatie op de arbeidsmarkt en de verwachte ontwikkelingen in 2012

### Huidige situatie

#### Economisch herstel ligt buiten Europa

Het wereldwijde economische herstel is nadrukkelijk geleid door de opkomende economieën, en daarbinnen vooral door Azië. De rem die in Amerika en Europa op de economische groei staat, is daar niet aanwezig. In tegenstelling tot de Westerse economieën was in veel opkomende economieën in de jaren voor de financiële crisis geen sprake van te hoog oplopende schuldenlasten. De financiële sector heeft er bovendien weinig last gehad van verliezen op Amerikaanse hypotheekpakketten.

#### Nederland blijft achter qua groei

Nederland blijft qua economische groei achter ten opzichte van andere Europese landen. Voornamelijk industrielanden als Duitsland en Zweden laten een groei zien van de economie en de daaraan gekoppelde werkgelegenheid. Duitsland en Zweden zijn grote industrielanden en die zijn sterk opgeleefd in 2011. Dit onder invloed van een grote vraag uit Azië die het meest zichtbaar is in Duitsland. Dit zal zich vertalen in een sterkere vraag op de arbeidsmarkt en dat zien we momenteel ook terug bij de collega's van Monsterboard.nl in Duitsland en Zweden. Als transitieland kan Nederland wel profiteren van de economische groei in het buitenland.

#### Vergrijzing en deeltijdarbeid remmen werkloosheid

De vergrijzing, die momenteel al bezig is, onderdrukt ook de werkloosheid. Hoewel de werkloosheid in Nederland de afgelopen maanden gestegen is, blijft hij een van de laagste in Europa. Dit wordt ook veroorzaakt door de deeltijdwerkloosheid die voornamelijk bij Logistiek & Transport, Productie en de Bouw is doorgevoerd.

### Verwachtingen 2012

#### Werkloosheid en werkzoekenden

Ondanks de huidige monetaire crisis zal de werkloosheid zich in Nederland handhaven op het huidige niveau waarbij wij de verwachtingen van 6,25% van het CPB onderschrijven. Wij verwachten dat het aantal werkzoekenden op MBO- en LBO-niveau zal toenemen. Dit betekent niet dat deze werkzoekenden vanuit werkloosheid zoeken, maar vanuit een flexibel arbeidsverband (uitzendbasis of via een Payrolling constructie) met als doel om een vaste baan te vinden.

#### Outsourcing

Organisaties zullen op grotere schaal bezuinigen op lagergeschoolde arbeid en dit outsourcen naar lagelonenlanden of onderbrengen bij flexibel werkende organisaties. Bijna de gehele bancaire sector is hier bijvoorbeeld in 2011 al mee gestart.

### **Hoge vraag naar specialistisch personeel**

De groei in de vacatures zal in 2012 vooral plaatsvinden in specifieke functies op HBO- en WO-niveau. De schaarste zal zich dan ook vooral in deze functies manifesteren. Deze trend was al zichtbaar in 2011 en zal in 2012 doorzetten en groter worden. De mate waarin is afhankelijk van het herstel van de economie.

Binnen de beroeps categorie IT zal in 2012 vooral veel vraag zijn naar beroepen in 'Software- en Webdevelopment' en 'Systeem- en Netwerkarchitectuur'. Op het gebied van IT geldt bij bedrijven: eerst onderhoud dan ontwikkeling. Dit betekent dat de omslag wel zal komen en er in toenemende mate de focus zal komen te liggen op functies die ontwikkelen. Terwijl in 2010 en 2011 vooral op onderhoud en implementatie van systemen de focus lag en daardoor ook het juiste personeel hiervoor gevraagd werd.

Daarnaast zullen specifieke beroepen in Werktuigbouw, Electromechanica, Financiële Analyse / Rapportage en Sales veel worden gevraagd op HBO- en WO-niveau. Deze trend tekent zich op dit moment al af op Monsterboard.nl. Onder deze beroepen zal de huidige schaarste in 2012 verder toenemen. Hiermee zien wij dezelfde trend die HR-Dienstverlener en Berenschot constateerden in het rapport HR Trends 2011-2012.

### **ZZP'ers**

Wij verwachten dat een toenemend aantal gepensioneerden als ZZP'er een beperkt aantal uren zal door blijven werken in de schaarse functies. Dit zal echter niet het verwachte tekort door de vergrijzing aan die specifieke kennis en functies opvangen.

### **Vergrijzing**

Organisaties krijgen langzamerhand meer zicht op de impact die de vergrijzing en de uittreding van de babyboomgeneratie gaat betekenen voor hun organisaties. Wij zien organisaties hier in toenemende mate op anticiperen waarbij organisaties strategieën op het gebied van 'Employer Branding' ontwikkelen om de schaarste talenten te triggeren. In 2012 zal dit verder toenemen en zullen organisaties hier nauw samenwerken met partners op het gebied van Recruitment en Talent Management. Organisaties die de ware identiteit op authentieke wijze uitdragen via de online en offline kanalen (in consistentie met elkaar) zullen in 2012 een voorsprong nemen in de 'War of Talent'.

Monsterboard.nl

Heeft u na het lezen van het rapport vragen en/of opmerkingen? Dan kunt u ons bereiken via onderstaande contactgegevens.

#### **Monsterboard.nl**

**Website:** [www.monsterboard.nl](http://www.monsterboard.nl)  
(<http://hiring.monsterboard.nl>)

**iPad app:** <http://ipad.monsterboard.nl>

**E-mail:** [verkoop@monsterboard.nl](mailto:verkoop@monsterboard.nl)

**Telefoonnummer:** 0800 - 023 19 48

(gratis)

**Faxnummer:** 020 - 851 11 33

**Bezoekadres:** John M. Keynesplein 1  
1066 EP Amsterdam

**Postadres:** Postbus 90215

1006 BE Amsterdam

© December 2011, Monsterboard.nl



#### **Monsterboard op sociale media:**



#### Voor werkzoekenden

##### **Monsterboard Accounts**

**Facebook:** Monsterboard  
**Twitter:** @monsternieuws  
@monsterhelpNL  
**LinkedIn:** Carriere groep  
**YouTube:** /monsterboardnl  
**Google+:** Monsterboard  
**BeKnown:** Monsterboard

##### **MonsterCoach Accounts**

**Facebook:** MonsterCoach Freek  
**Hyves:** monstercoach  
**Twitter:** @demonstercoach  
**Forums:** <http://forum.monsterboard.nl>  
**Google+:** Monsterboard  
**BeKnown:** Monsterboard

#### Voor werkgevers

**Twitter:** @werkenvandaag  
@MonsterhelpNL  
**LinkedIn:** HR professionals groep  
**Blog:** <http://www.werkenvandaag.nl/>