

# Europese jobmarkt herleeft

Resultaten 'Search Trends survey'

Februari 2010

StepStone



## Samenvatting

- Twee derde van de bedrijven wil tijdens de komende 12 maanden mensen aanwerven; een vijfde van de Europese bedrijven zal nieuwe functies creëren.
- Meer dan 40 procent van de werknemers die van job willen veranderen, doen dit omdat ze in hun bedrijf geen doorgroeimogelijkheden zien. In België geeft slechts 25% dit aan als reden.
- Het onderzoek toont aan dat er een belangrijk verschil is tussen de informatie die potentiële kandidaten willen lezen in jobadvertenties en wat de werkgevers in hun jobadvertenties vermelden.

De Europese economie geraakt stilaan uit de recessie. Frankrijk, Duitsland, Nederland en Oostenrijk boekten al een positieve groei en het ziet er naar uit dat in 2010 ook in andere Europese landen de economie opnieuw zal groeien<sup>1</sup>. Uit de StepStone Search Trends Survey waar 1600 rekruteerders en meer dan 2400 jobzoekers aan deelnamen, blijkt dat de positieve economische vooruitzichten ook hun weerslag hebben op de jobmarkt. Na meer dan een jaar van rekruteringsstops, herstructureringen en ontslagen, blijkt uit het onderzoek dat bedrijven opnieuw beginnen te rekruteren.

Ook werknemers zien de toekomst weer rooskleurig in. In 2008 en 2009 maakten veel mensen zich zorgen over hun job, maar nu blijkt dat jobzoekers steeds optimistischer worden. Tegelijk zijn veel werknemers ontevreden over hun huidige job. Het gebrek aan motivatie dat uit dit onderzoek blijkt, is een belangrijke waarschuwing voor managers.

In het onderzoek werd ook gepeild naar welke informatie jobzoekers zoeken in jobadvertenties, en die werd vergeleken met de informatie die bedrijven in de praktijk geven. De resultaten leggen een groot verschil tussen beide bloot. Rekruteerders die inspelen op wat de kandidaten willen, zullen dan ook meer en betere kandidaten vinden voor hun jobs dan zij die dat niet doen.

---

<sup>1</sup> Het Internationaal monetair fonds voorspelt in haar 'World Economic Outlook' van oktober 2009, een lichte groei van 0,3 procent in de eurozone, tegenover een verwachte daling van 4,2 procent in 2009 (bron: <http://imf.org/external/pubs/ft/weo/2009/02/pdf/text.pdf>)

## Over het onderzoek

StepStone voerde een reeks online onderzoeken in negen Europese landen waaronder Italië, Duitsland, Frankrijk, België, Oostenrijk, Denemarken, Zweden, Noorwegen en Nederland. 2478 jobzoekers en 1600 rekruteerders namen in september 2009 aan de enquête deel.

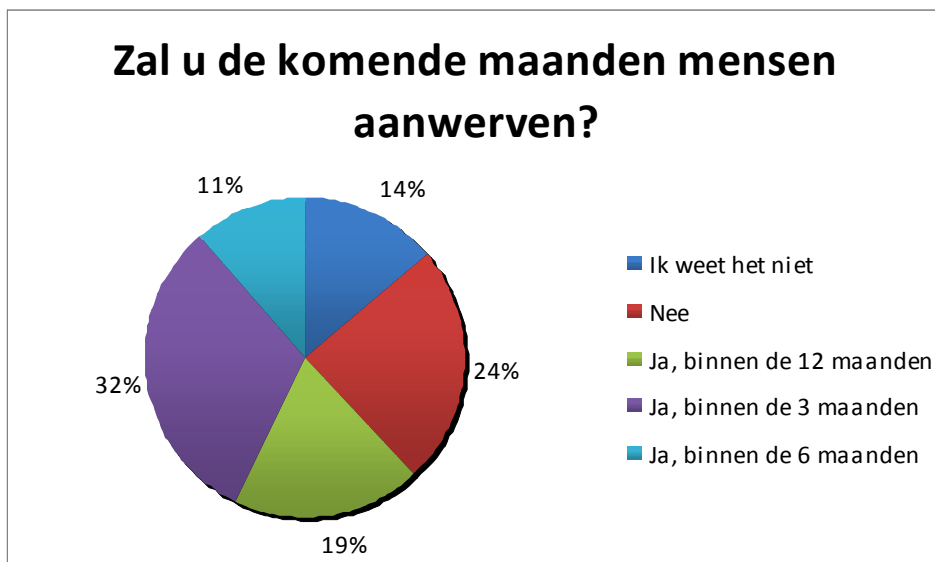
De gegevens van de werkgevers werden verzameld via een online enquête bij rekruteerders: 50% van de deelnemers kwamen uit middelgrote en grote bedrijven.

De gegevens voor werknemers werden verzameld via een online onderzoek bij de bezoekers van StepStone. De meerderheid van de deelnemers was hoog opgeleid, 60% van de deelnemers had een bachelor diploma of hoger. 73% van alle deelnemers zegden dat ze actief op zoek zijn naar een job.

## Europeanen in beweging

Het vernieuwde optimisme in veel landen doet de jobmarkt heropleven. 35% van de deelnemers aan de enquête zal hun personeelsbestand zien groeien in 2010, en 32% zal al binnen de drie maanden beginnen rekruteren (grafiek 1). Ze zullen zich vooral focussen op sales, marketing en engineering.

Grafiek 1: Vooruitzichten rekruteerders voor de komende 12 maanden



74% van de werknemers zegt dat ze actief op zoek zijn naar een job, in België is dit zelfs 80%.

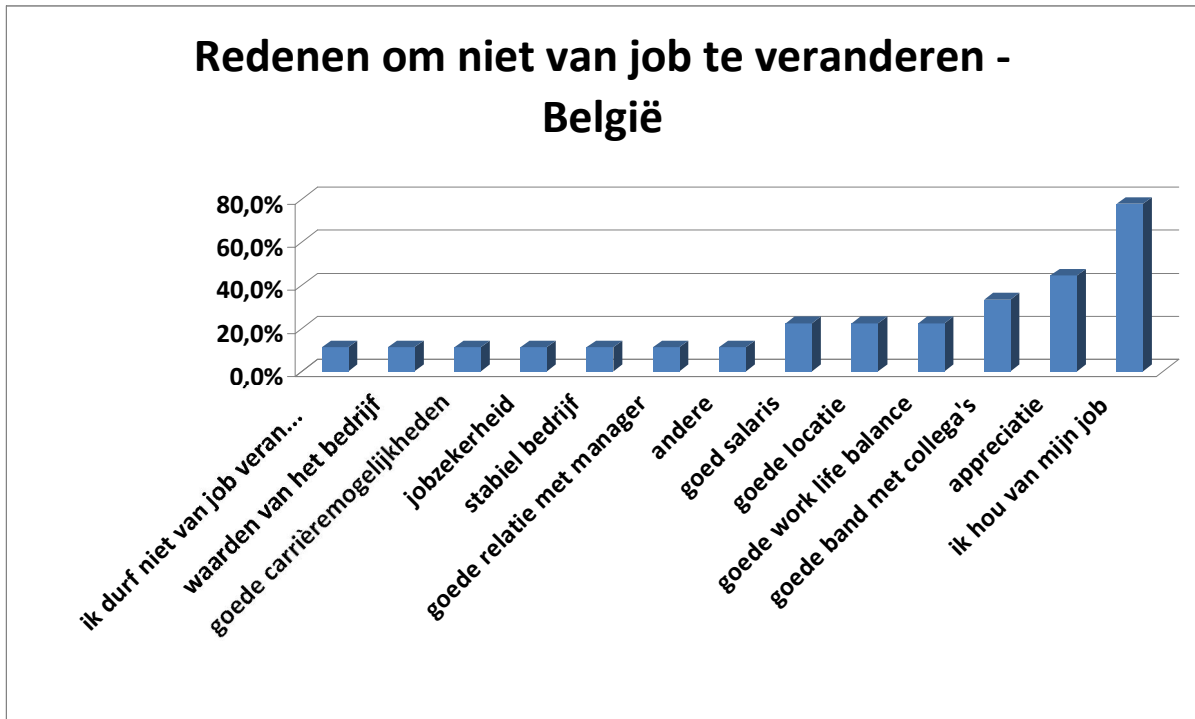
De meerderheid van de werkende Europeanen die een nieuwe uitdaging zoeken, geeft als reden dat ze in hun huidige job geen doorgroeimogelijkheden hebben. Ook de Belgen gaven dit als belangrijkste reden aan, maar daarnaast is ook hun salaris een doorslaggevende factor. Een gebrek aan waardering voor hun werk komt op de derde plaats in de lijst van redenen waarom ze van job veranderen. Deze resultaten zijn een waarschuwing voor bedrijven: ze moeten aandacht hebben voor wat hun medewerkers willen als ze hun meest getalenteerde medewerkers niet willen verliezen.

StepStone vroeg daarnaast aan de andere werknemers waarom zij niet van job willen veranderen. Dit is zeer nuttige informatie voor werkgevers die hun meest getalenteerde medewerkers niet willen zien vertrekken. Een leuke jobinhoud, een goede relatie met collega's en een goed evenwicht tussen werk en privéleven blijken de belangrijkste redenen waarom we ons werk graag doen (grafiek 2). Bij de Belgische deelnemers komt appreciatie voor hun werk op de tweede plaats, terwijl die voor de andere Europeanen maar op de vijfde plaats komt (grafiek 3).

*Grafiek 2: Redenen waarom Europese werknemers niet van job willen veranderen*



Grafiek 3: Redenen waarom Belgische werknemers niet van job willen veranderen



## Jobzoekers vinden niet wat ze zoeken

Er is een groot verschil tussen de informatie die werkgevers geven in hun jobadvertenties en wat jobzoekers zouden willen lezen.

Zowel jobzoekers als werkgevers vinden de inhoud van de job het belangrijkste onderdeel van een jobadvertentie. Maar rekruteerders leggen blijkbaar vooral de nadruk op het imago van het bedrijf of het merk. Kandidaten daarentegen zouden graag informatie krijgen over het loon, terwijl maar één op tien werkgevers hier informatie over geeft. In tabel 1 vindt u de belangrijkste elementen die jobadvertenties moeten bevatten volgens rekruteerders en volgens kandidaten.

*Tabel 1: Vergelijking tussen wat rekruteerders en werkzoekenden willen lezen in jobadvertenties*

<b><u>Belangrijk volgens rekruteerders:</u></b>	<b><u>Belangrijk voor kandidaten:</u></b>
1) Inhoud van de job	1) Inhoud van de job
2) Imago en merk van het bedrijf	2) Salaris
3) Diversiteit van de taken	3) Diversiteit van de taken
4) Werkomgeving	4) Grootte stabiliteit van het bedrijf

## Conclusie

HR verantwoordelijken in heel Europa zullen tijdens deze post-recessie geconfronteerd worden met twee problemen. Enerzijds zullen gedemotiveerde, onderschatte werknemers op zoek gaan naar nieuwe opportuniteiten. Anderzijds moeten ze voldoende aandacht besteden aan de boodschap die ze geven in hun jobadvertenties. Ze moeten de werkzoekenden de juiste informatie aanbieden.



## StepStone

Nele Verlinden  
PR & Content Responsible

Kunstlaan 3-4-5  
B-1210 Brussel

Tel. +32 2 209 97 10

[nele.verlinden@stepstone.be](mailto:nele.verlinden@stepstone.be)  
[www.stepstone.be](http://www.stepstone.be)