



# Regionale arbeidsmarkt & employer branding



Dr. Arjen Edzes  
Dr. Wim Elving  
Antonia Hein MSc

Groningen, 16 november 2023



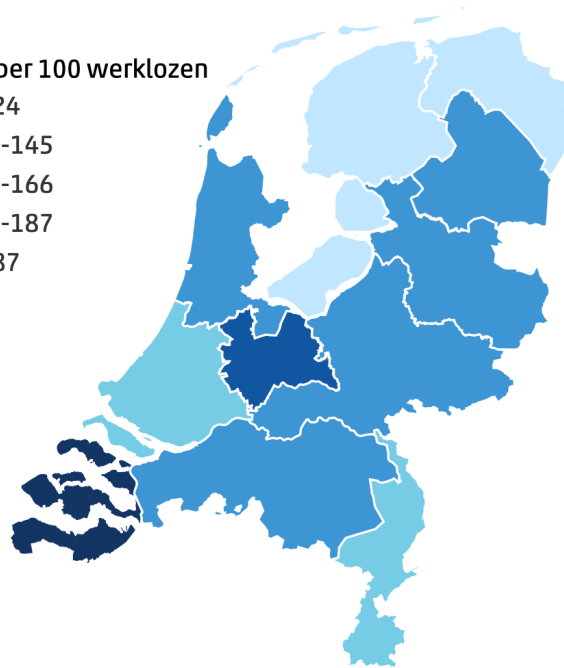
# Keerpunt?

## Spanning op de arbeidsmarkt, het tweede kwartaal van 2022

Klik op een provincie om de ontwikkeling te bekijken.

vacatures per 100 werklozen

- < 124
- 124-145
- 145-166
- 166-187
- > 187

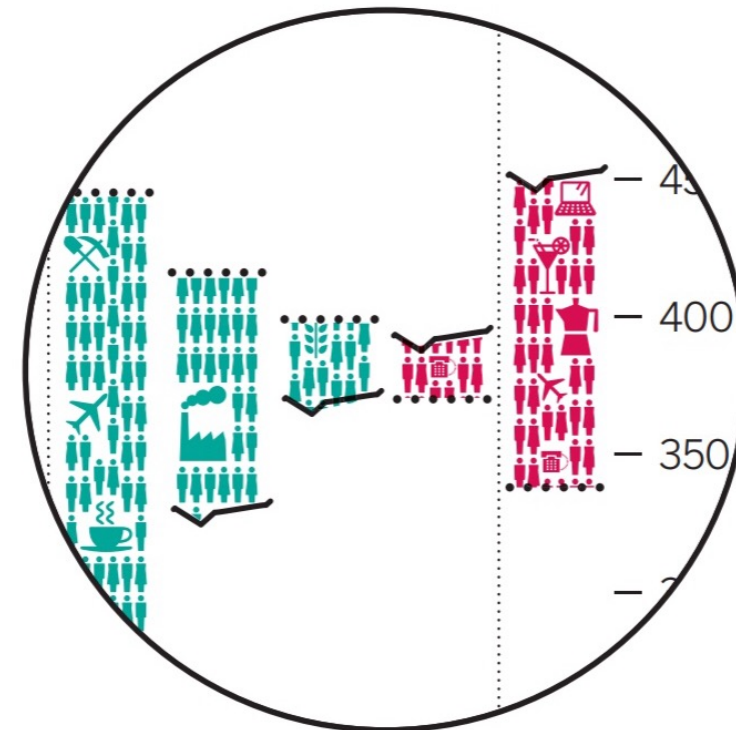


16 De liefde voor lange lokken van inheemse vrouwen in Latijns-Amerika

19 Veel bv's bestaan alleen om weinig belasting over vermogen te betalen

22 Het vrouwenvoetbal gaat in financiële belangen dat van de mannen achterna

## Een ongekend keerpunt op de arbeidsmarkt

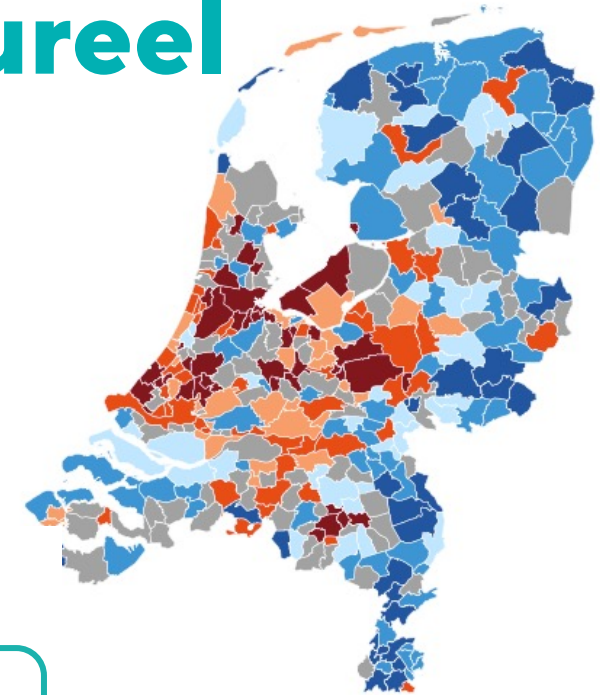


Voor het eerst sinds de start van de CBS-metingen zijn er meer vacatures dan werklozen. Nederland lijkt totaal overvallen door het personeelstekort. Waar komt dat vandaan? Een duik in de statistieken levert verrassende antwoorden op.

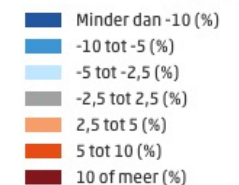
Door **Thijs Balder**, **Serena Frijters** en **Marieke de Ruiter**

# Personeelsschaarste is structureel

1. Groei van de beroepsbevolking vakt af
  1. Nog beetje winst door verandering participatie
  2. Na 2030 daling door verandering bevolkingsomvang
  3. Vergrijzing
  
2. Noord-Nederland loopt daarin voorop.



Bevolkingsprognose 20-65 jaar. (CBS/PBL, 2022)	2025	2030	2035	2040	2045	2050	Totaal
<b>Nederland</b>	10 474,3	10 453,1	10 358,9	10 320,1	10 463,4	10 657,3	183
<b>Groningen</b>	353,2	345,4	331,3	319,3	315,3	316,1	-37,1
<b>Fryslân</b>	362,8	351,9	339,2	329,3	328,3	329,0	-33,8
<b>Drenthe</b>	271,3	262,1	253,3	247,6	248,5	251,3	-20
<b>NNL</b>	<b>987,3</b>	<b>959,4</b>	<b>923,8</b>	<b>896,2</b>	<b>892,1</b>	<b>896,4</b>	<b>-90,9</b>



# Meer doen met minder mensen

1. Slimmer re-integreren
2. Slimmer matchen
3. Slimmer produceren
4. Slimmer leren
5. Slimmer organiseren

## Focus **Het Raderwerk**

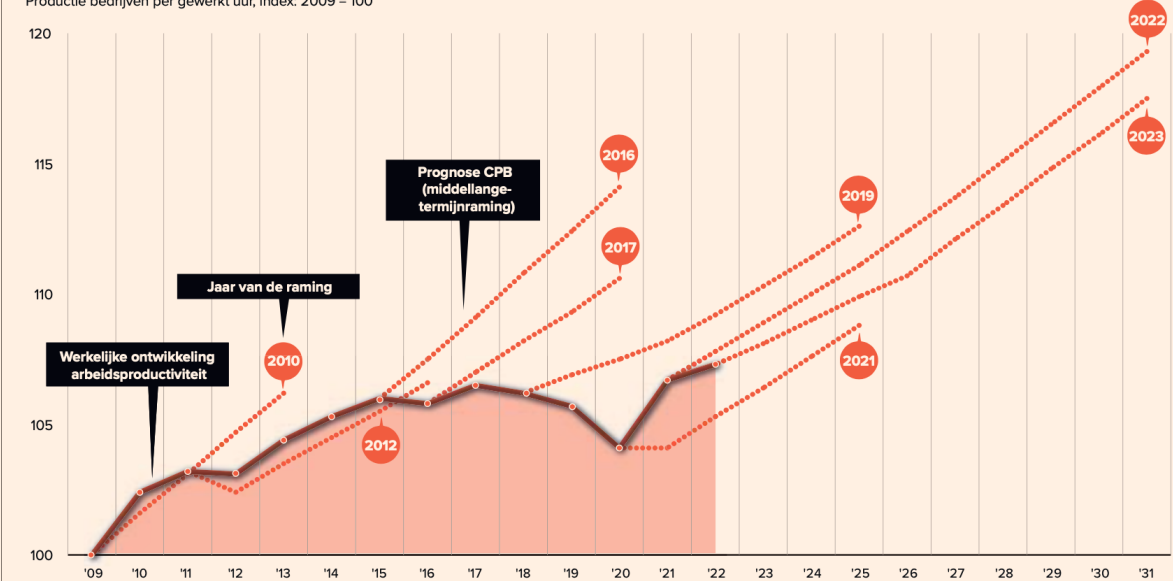
### Tijd van steeds meer werken voorbij, het moet productiever



**Mathijs Bouman**

#### Groei arbeidsproductiviteit valt telkens tegen

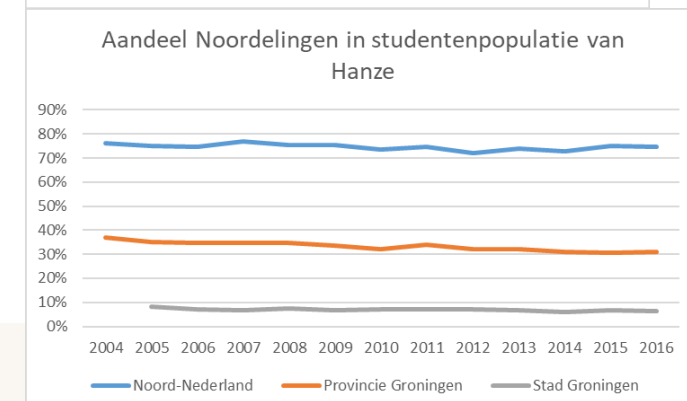
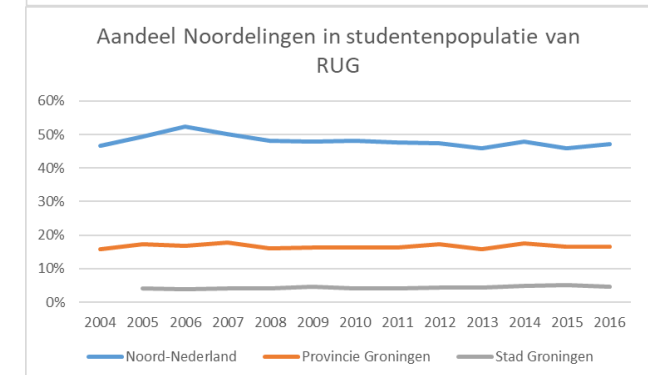
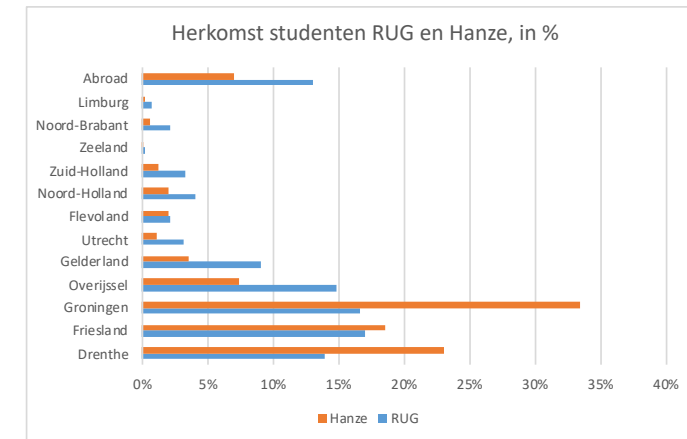
Productie bedrijven per gewerkt uur, index: 2009 = 100



© FD | CM | Bron: CPB

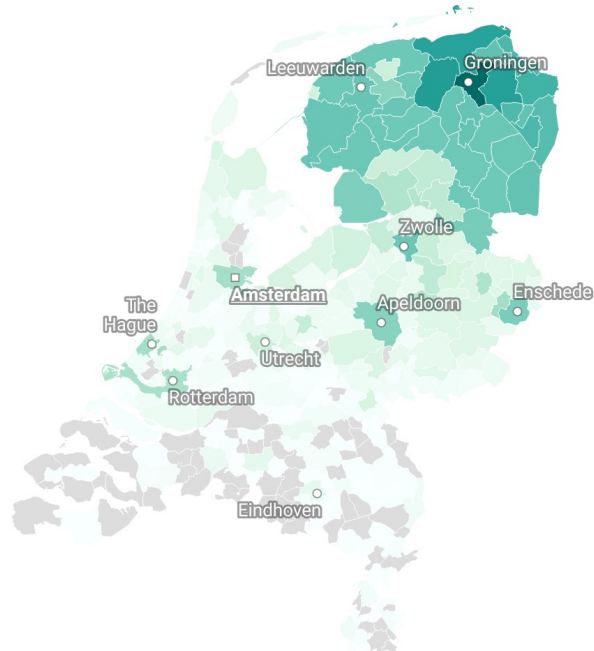
# Regionale binding: waar komen ze vandaan?

1. RUG: 47% uit het Noorden, Hanze: 75% uit het Noorden
2. Marktaandeel RUG nationaal 10%, in Noorden 65%  
Marktaandeel Hanze nationaal 6%, in Noorden 44%
3. Voor WO geldt dat vertrekkers vaker kiezen voor Techniek, Wis- en natuurkunde en Agri, in HBO kiezen vertrekkers vaker voor leraren opl, rechten en soc. Wetensch.



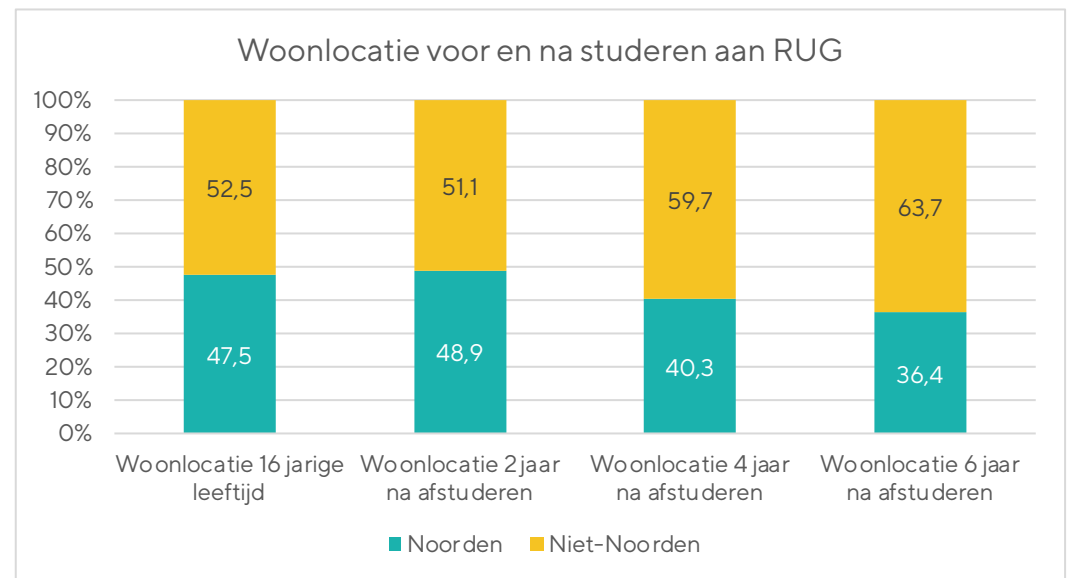
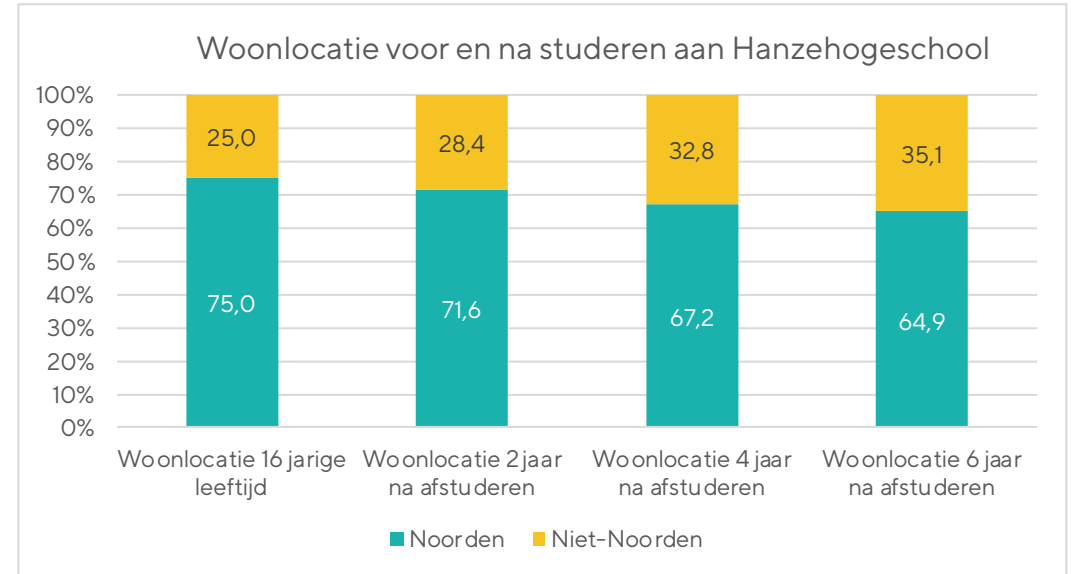
# Regionale binding

Waar wonen mensen die zijn opgegroeid in de provincie Groningen?



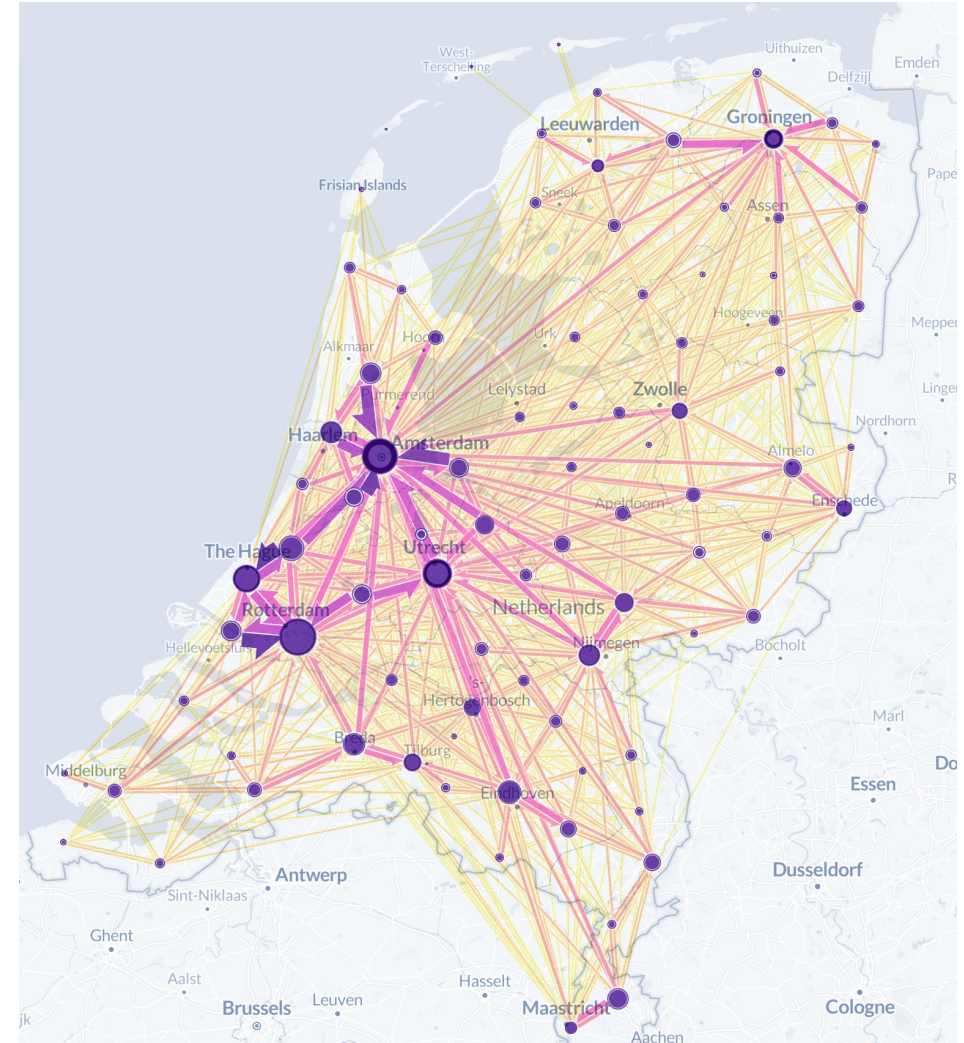
*Opgegroeid: iemand die in de provincie Groningen woonde op zijn/haar 16e verjaardag. Vervolgens is gekeken in welke gemeente deze personen wonen op hun 28e verjaardag. Sample: alle personen die tussen 1995 en 2008 16 jaar zijn geworden. Grijs gebieden: geen of te weinig observaties.*

Kaart: Talent in de Regio • Bron: CBS Microdata • Gecreëerd met Datawrapper



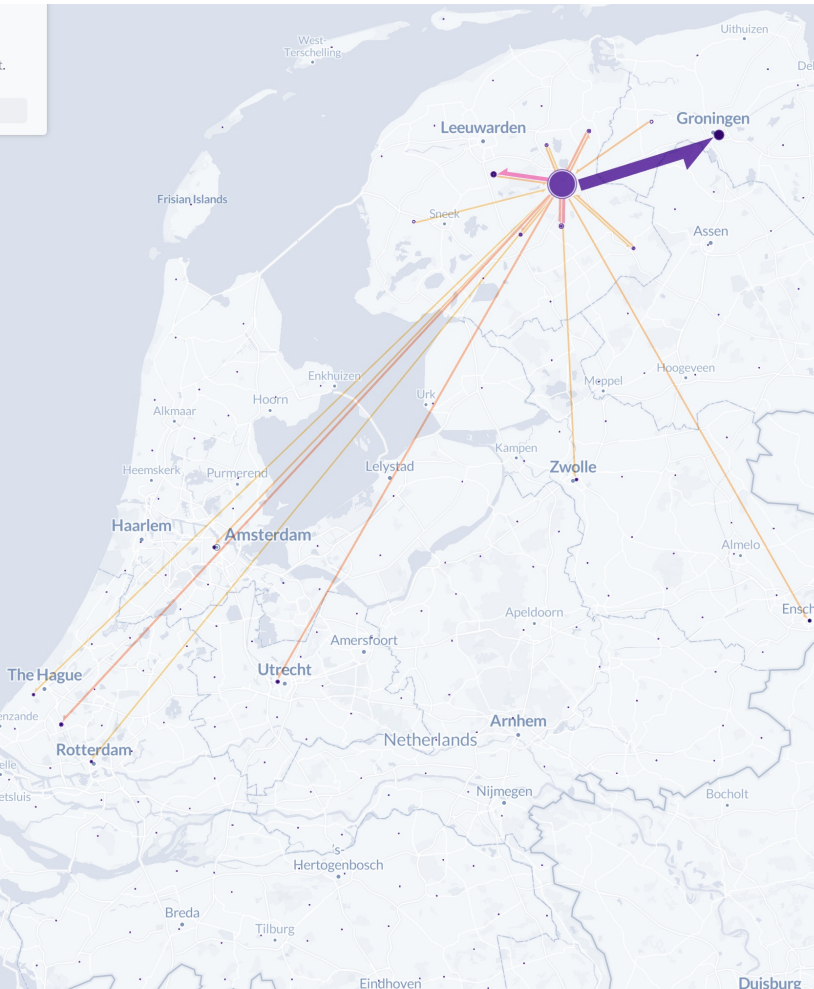
# Behoud talent

1. Waar woonde je op je 18<sup>e</sup> en vervolgens op je 20<sup>e</sup>, 24<sup>e</sup> en 28<sup>e</sup>?

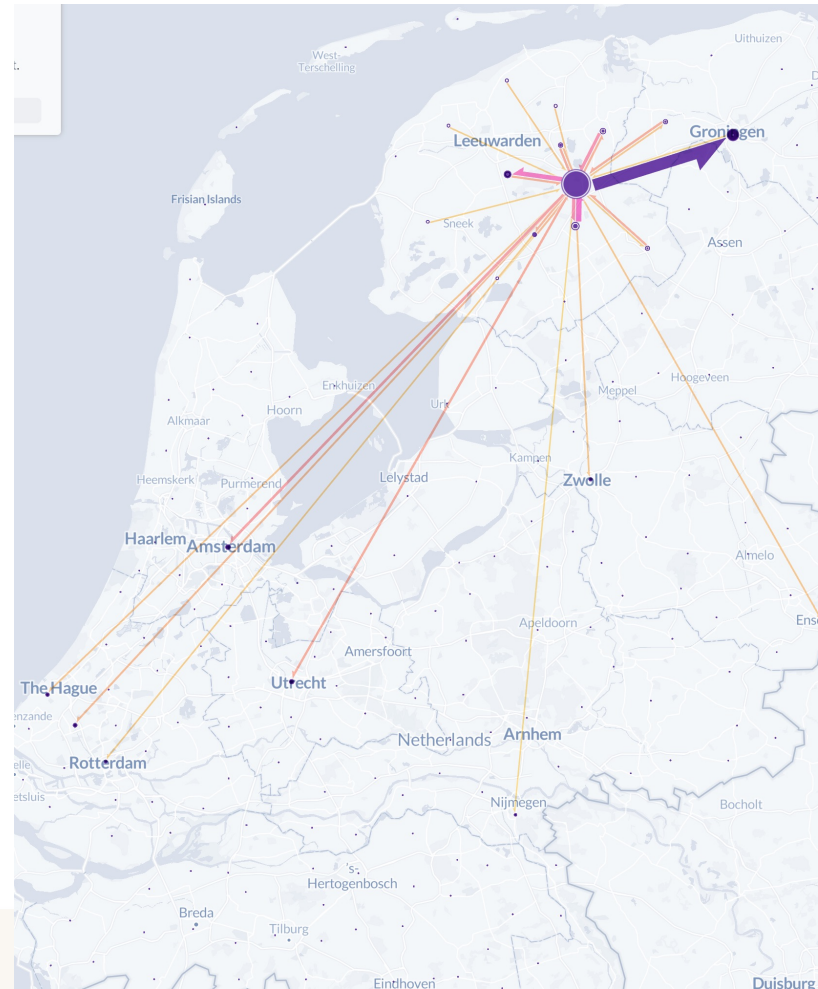


# Behoud talent in de regio

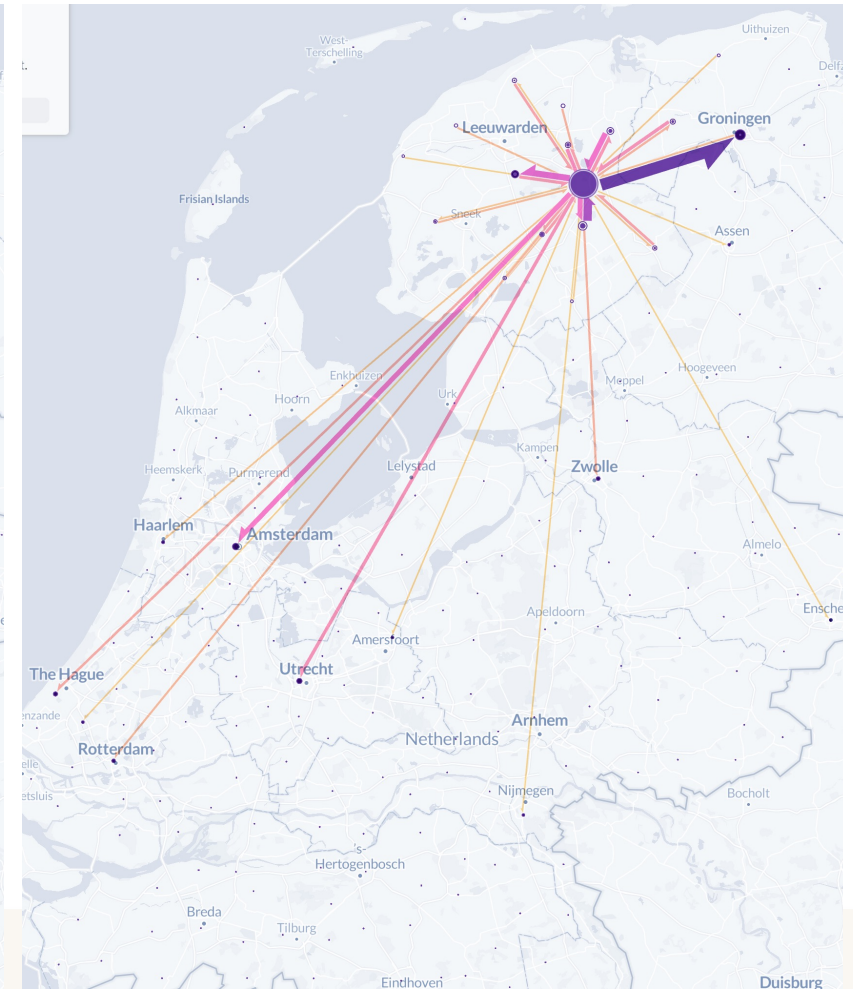
18-20 jaar



18-24 jaar



18-28 jaar



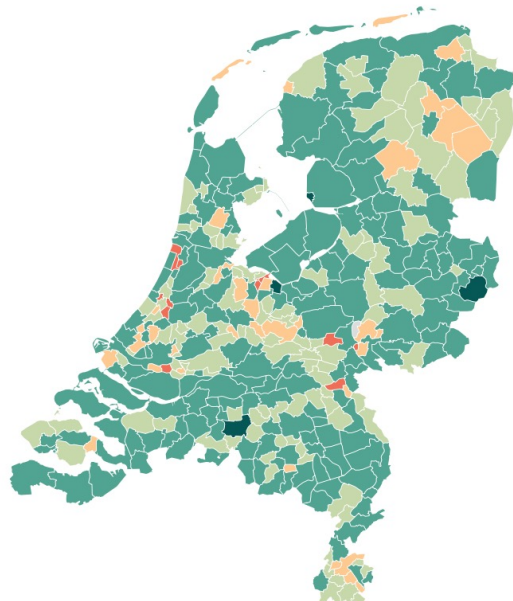
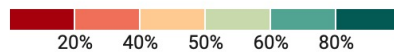


# Boodschap:

## Behoud talent

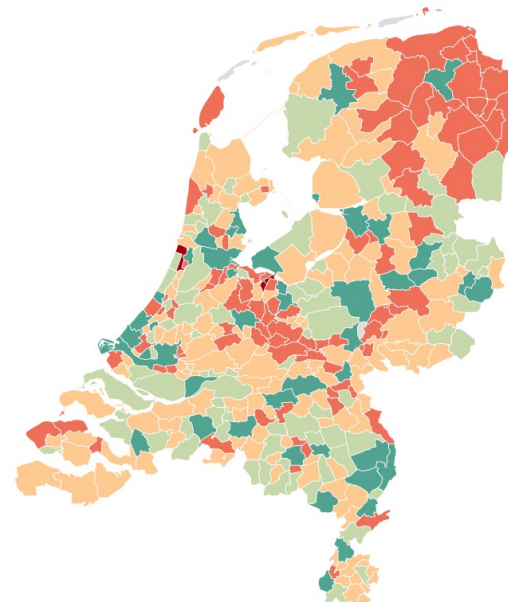
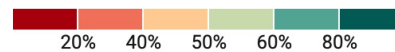
**Van de jongeren met een MBO-diploma blijft vaak meer dan de helft wonen in dezelfde gemeente als waar ze opgroeiden**

Percentage van de mbo-afgestudeerden in gemeente x uit de cohorten 1984-1992 dat op hun 28e in dezelfde gemeente woont als toen zij 16 waren



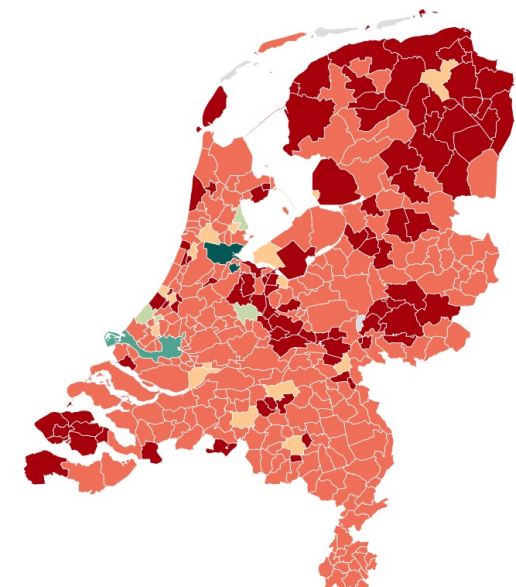
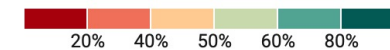
**HBO-afgestudeerden trekken bovengemiddeld vaak weg uit de gemeente waar zij opgroeiden**

Percentage van de hbo afgestudeerden in gemeente x uit de cohorten 1992 dat op hun 28e in dezelfde gemeente woont als toen zij 16 waren



**In veel Noordelijke gemeentes komt minder dan 20% van de jongeren terug na het behalen van een universitair diploma**

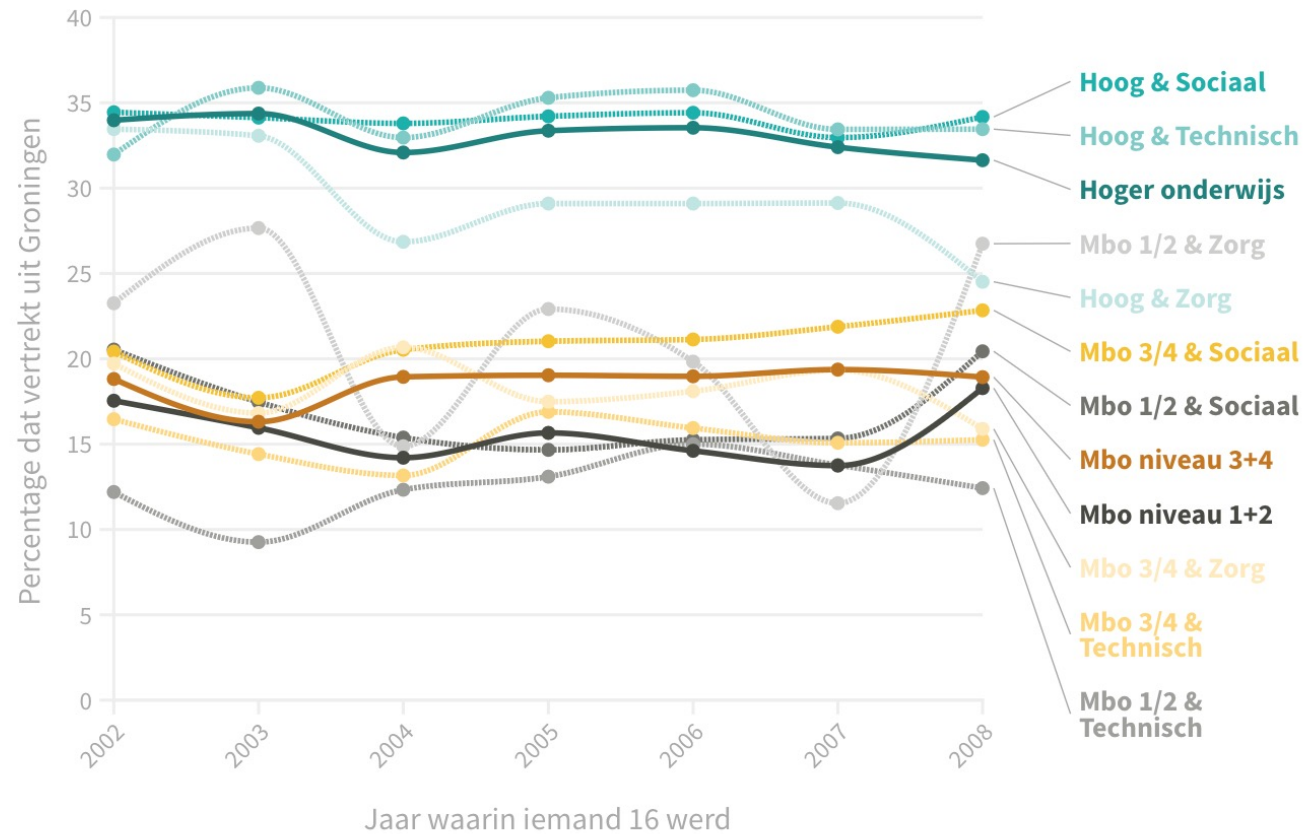
Percentage van de universitair afgestudeerden in gemeente x uit de cohorten 1984-1992 dat op hun 28e in dezelfde gemeente woont als toen zij 16 waren



## Vooral hoogopgeleide jongeren trekken weg uit de provincie Groningen

Percentage (%) van 16-jarige Groningers die op 28-jarige leeftijd niet meer in de provincie Groningen woont

Klik hier om uit te splitsen naar opleidingsrichting en -niveau



Source: CBS Microdata • Talent in de Regio

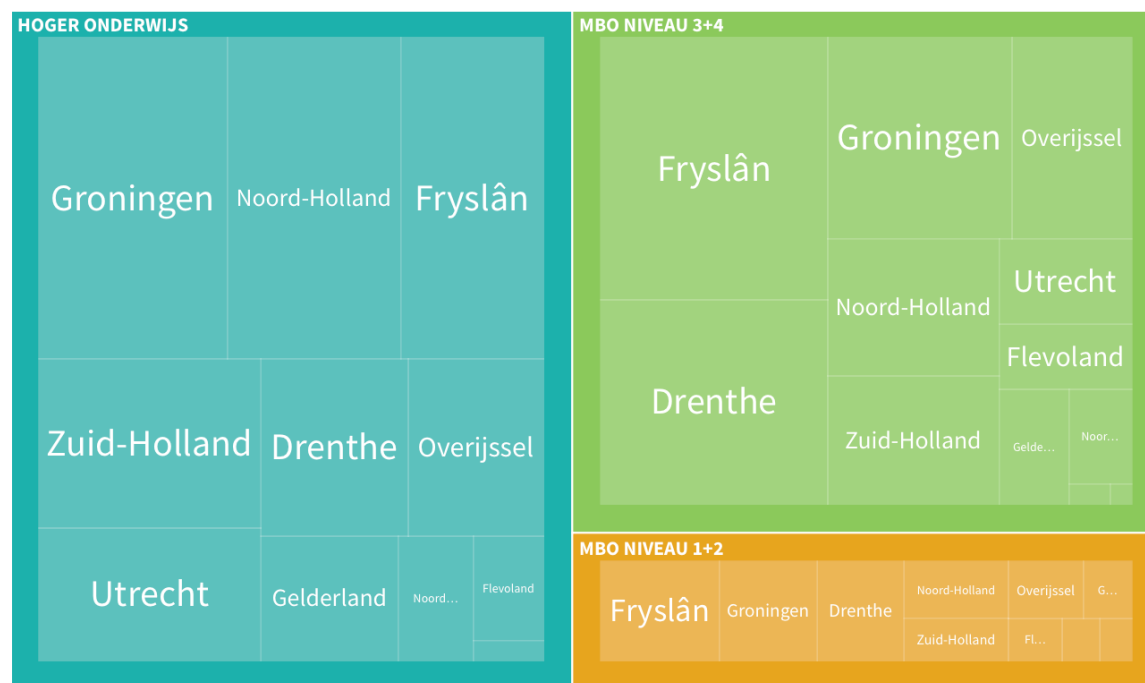
## Mbo-afgestudeerden werken vaker in het Noorden, maar hoogopgeleiden vinden de laatste jaren beter hun weg naar Groningse werkgevers

Aantal (#) afgestudeerden die 48 maanden na afstudeerdatum werkzaam zijn bij een werkgever uit provincie x

Filter:

Afstudeerjaar

Totaal	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016

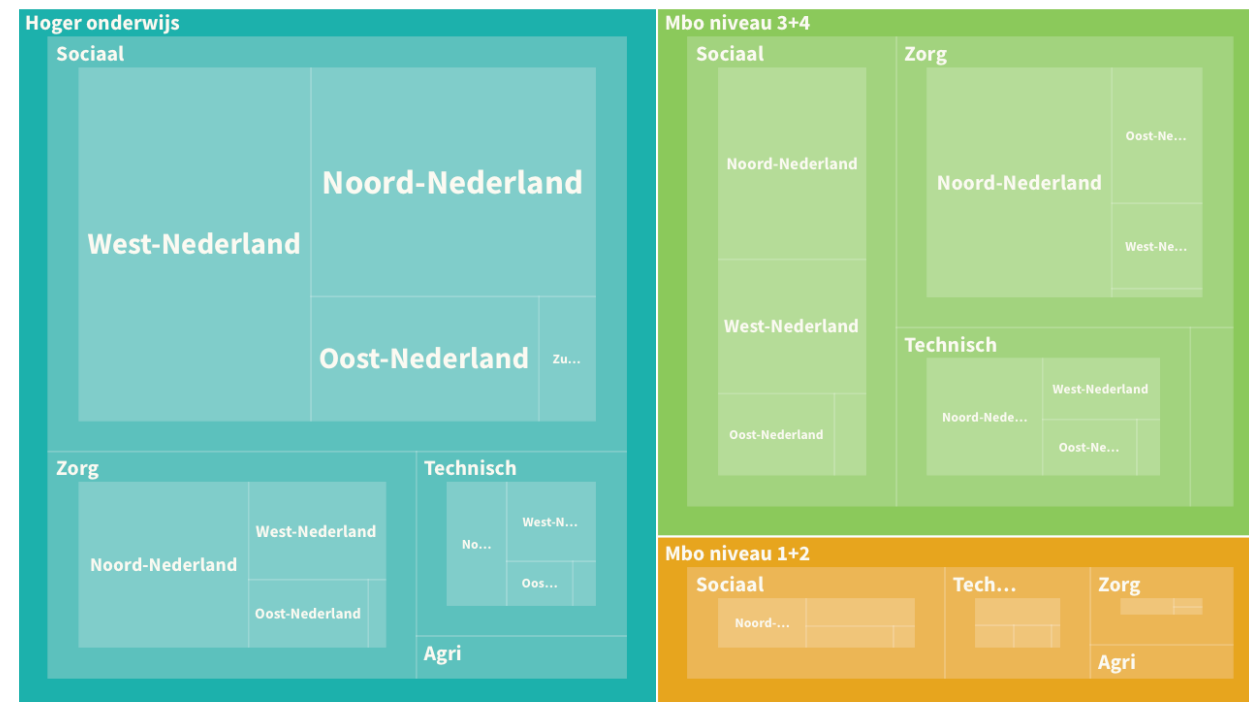


## Noordelijke gediplomeerden uit de zorg en de techniek werken vaak in het Noorden, hoogopgeleiden met een sociale studieachtergrond trekken juist weg

Filter:

Aantal maanden na afstuderen

12	24	48
----	----	----

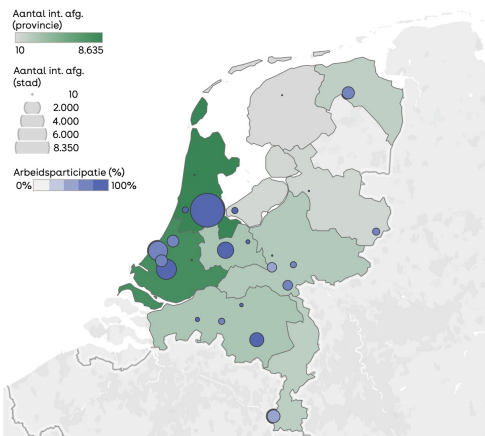




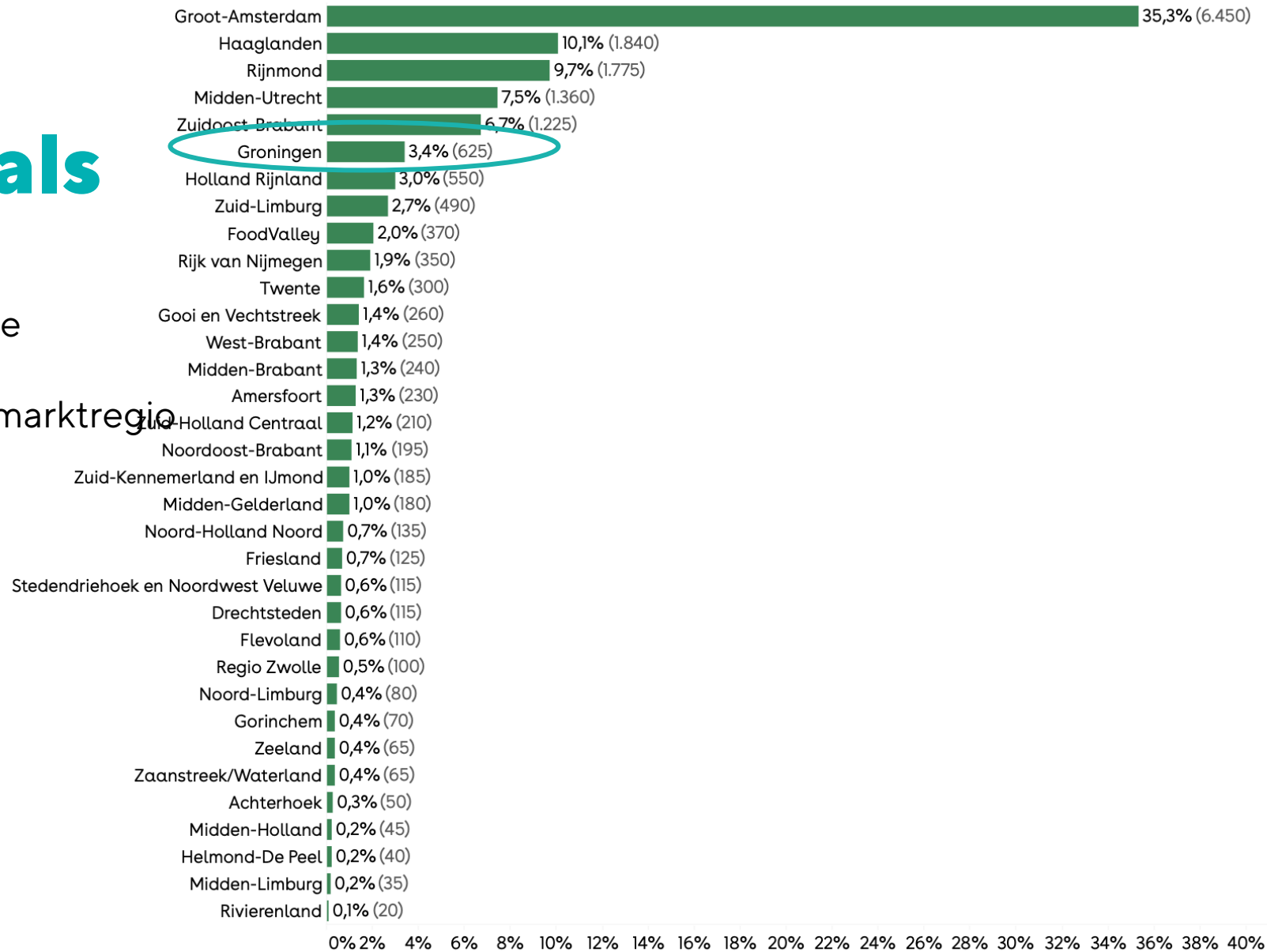
# Stay-rates Internationals

3,4% van de werkzame blijvende internationale afgestudeerden woont 5 jaar later in de arbeidsmarktregio Groningen

Figuur 11. Woonplaats van internationale afgestudeerden in Nederland 5 jaar na afstuderen voor afstudeercohorten 2006-07 t/m 2015-16



Figuur 10. Aantal werkende afgestudeerden, uitgesplitst per arbeidsmarktregio 5 jaar na afstuderen voor afstudeercohorten 2009-10 t/m 2015-16



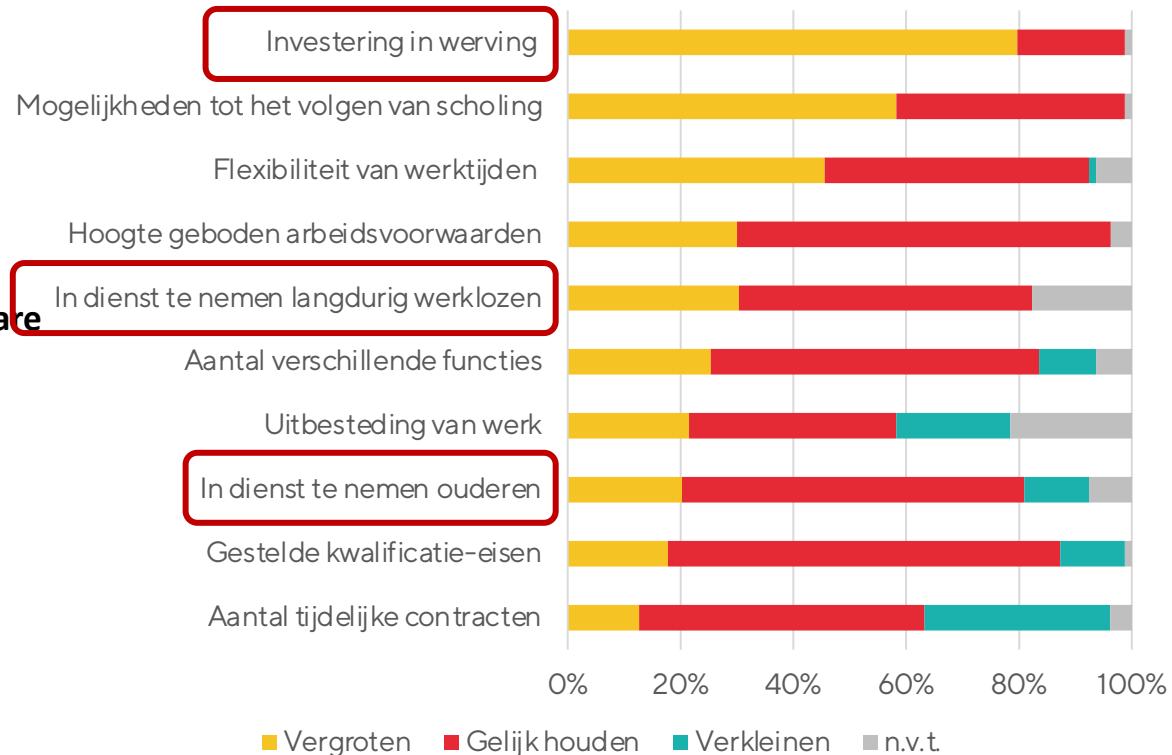
# Boodschap:

## Oplossingen voor personele vraagstukken Liggen niet buiten, maar in de organisatie

Hoe reageren werkgevers in het Noorden op personele vraagstukken?

Ze investeren in werving....

en minder in aanpassing arbeidsorganisatie en kwetsbare groepen

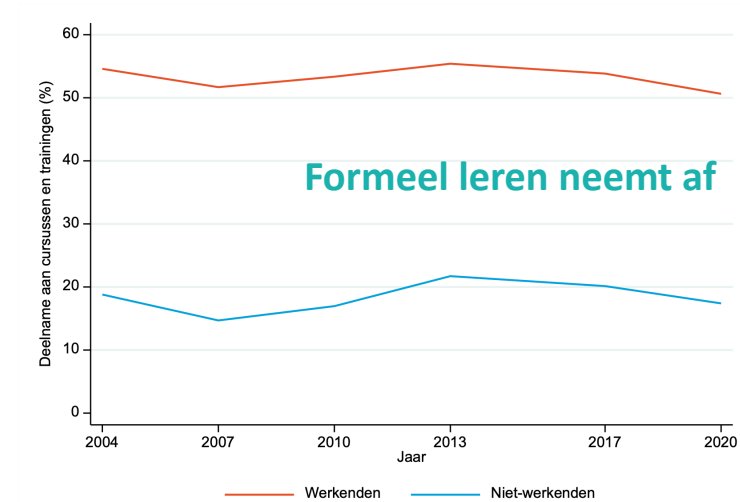


# Leren ontwikkelen

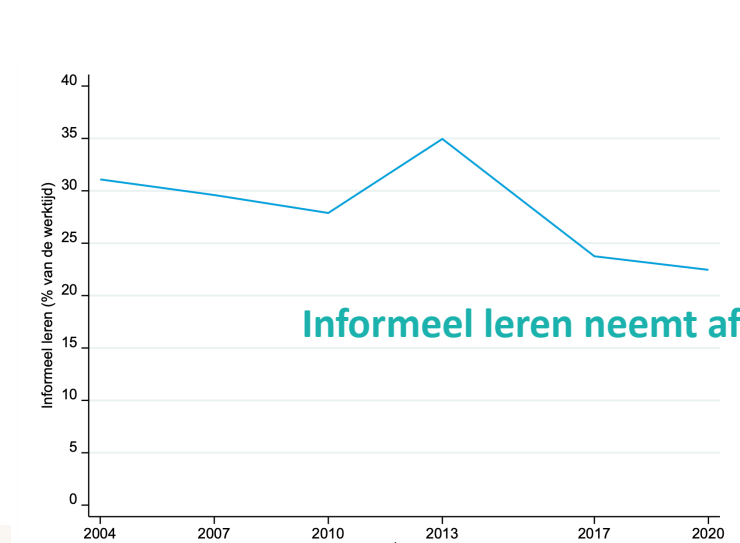
1. Technologisering leidt tot sneller verouderen van skills
2. Faciliteren van interne en externe mobiliteit
3. Bevordering efficiëntie bedrijfsvoering
4. Bevorderen duurzame inzetbaarheid
5. Goed werkgeverschap

...maar het leren gedurende de loopbaan neemt af

Formeel leren: ontwikkeling van de deelname aan werk gerelateerde cursussen en trainingen, 2004-2020



Informeel leren op het werk: ontwikkeling van het percentage van de werktijd besteed aan activiteiten waarvan men kan leren, 2004-2020

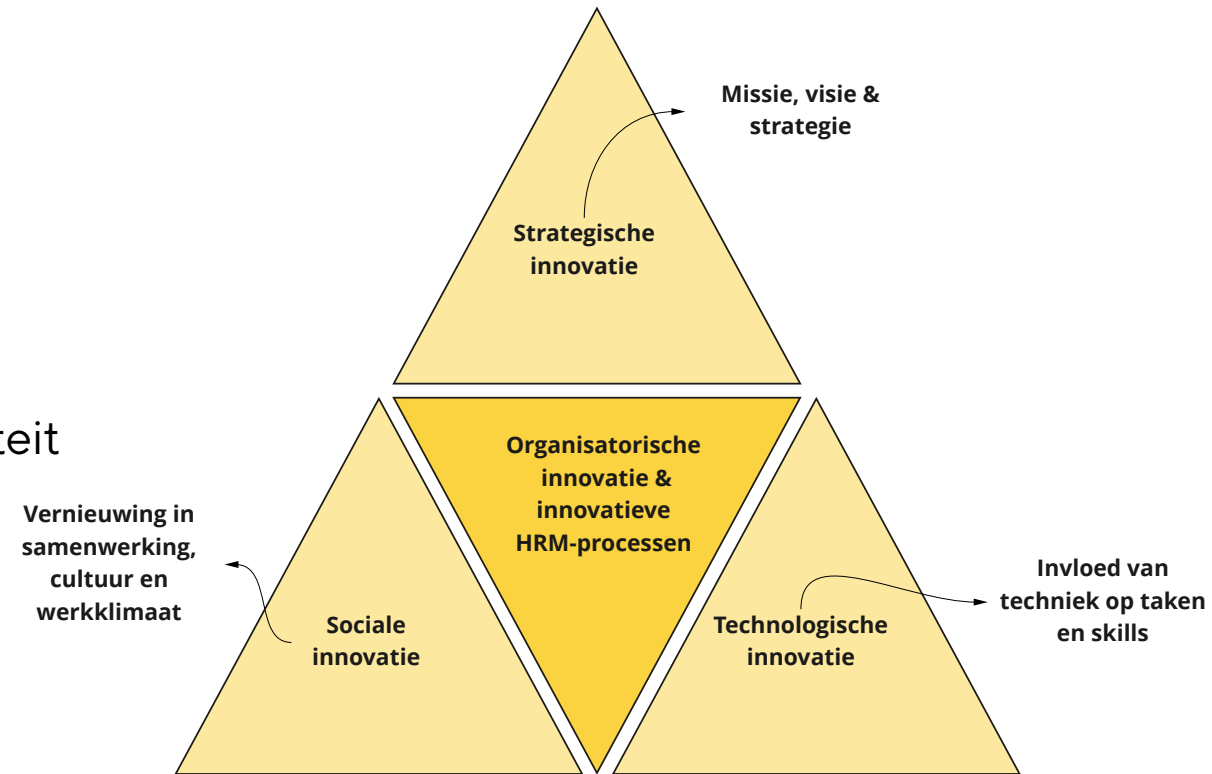


# Werkgevers aan zet

## Oplossingen voor personele vraagstukken Liggen niet buiten, maar in de organisatie

1. Maak werken en leren aantrekkelijk
2. Bevorder inclusiviteit
3. Verbeter condities voor meer uren werk
4. Verbeter taakinrichting: job carving
5. Verminder regeldruk en normering van kwaliteit
6. Deel werkgeverschap / combinatiebanen

*(People quit their bosses, not their jobs)*



Bron: Detaille & De Lange, 2021. Future of Work

# Employer branding

Bouwen aan een herkenbare en unieke identiteit en de ontwikkeling van een aantrekkelijk imago en reputatie van een goede werkgever

*(“building an identifiable and unique identity” (Backhaus and Tikoo, 2004) and “the development of organization’s unique and attractive image and reputation as an employer” (Silvertzen et al., 2013))*







# Employer branding team



[a.hein@pl.hanze.nl](mailto:a.hein@pl.hanze.nl)



[w.j.l.elving@pl.hanze.nl](mailto:w.j.l.elving@pl.hanze.nl)



[sierdjan.koster@rug.nl](mailto:sierdjan.koster@rug.nl)



[a.j.e.edzes@pl.hanze.nl](mailto:a.j.e.edzes@pl.hanze.nl)

# PhD onderzoek Antonia Hein

- Een quasi experiment
- Inhoudsanalyse vacatureteksten met internationale vergelijking
  - Energie & gezondheidszorg vergelijking met Duitsland, IT met Bulgarije
- Interviews & vragenlijst bij 30 Noord NL bedrijven
  - Interview verantwoordelijke brandmanager
  - Enquête onder medewerkers



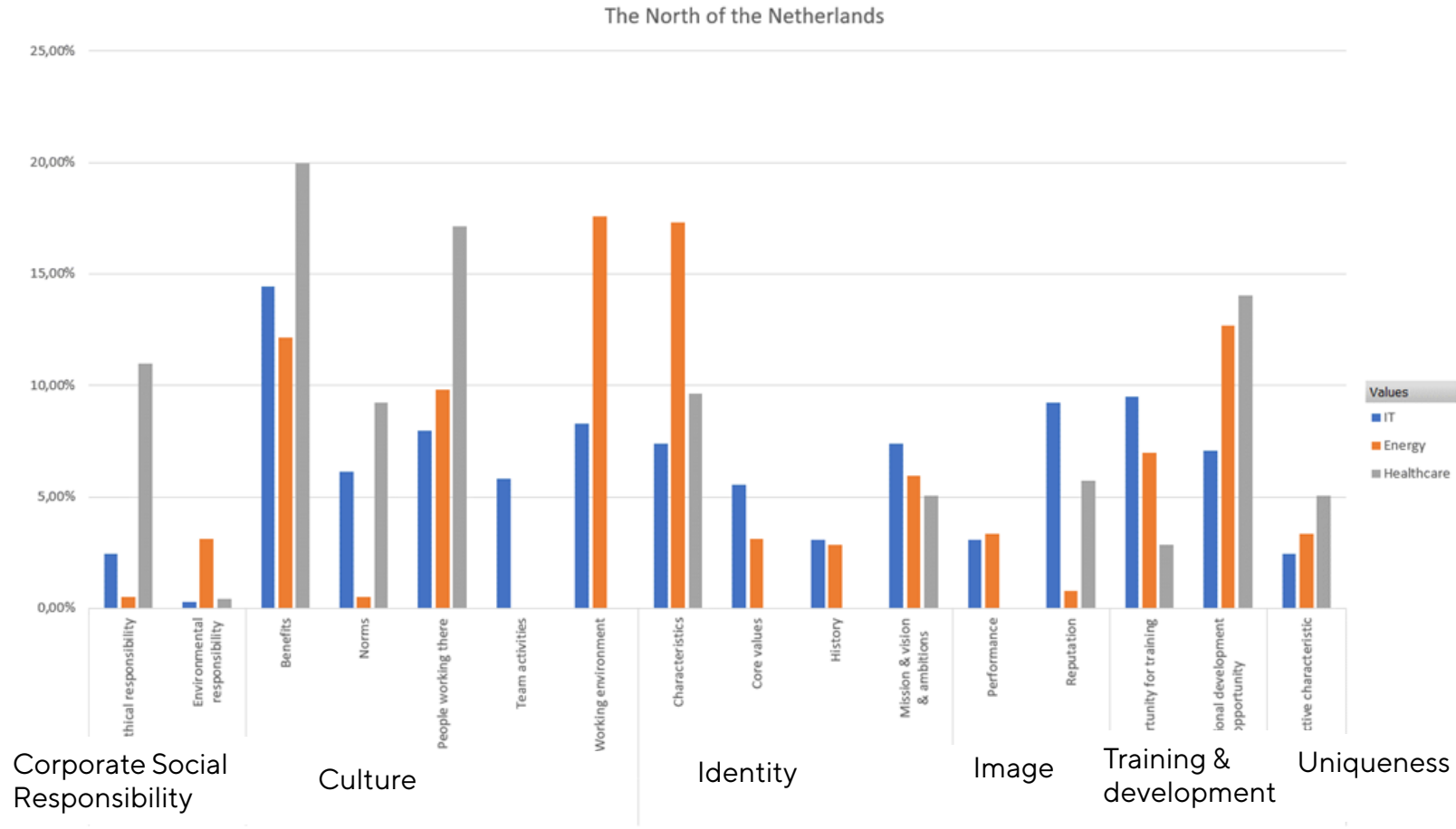


# Voorlopige resultaten uit vacatureteksten

1. Te veel informatie over taken en competenties, met nietszeggende slogans als:
  - *Hands-on mentaliteit*
  - *Communicatief vaardig*
  - *Geen 9-tot-5 mentaliteit*
2. Te weinig informatie over de organisatie en de unieke mensen die er werken

# Elementen in vacatureteksten (uit NNL,

(Hein et al., forthcoming)





# Inhoudsanalyse (uit NNL,

(Hein et al., forthcoming)

1. Meeste ruimte in vacaturetekst voor administratieve informatie en informatie over de baan
2. Onderscheidende informatie over bedrijf of USP kwamen niet of nauwelijks voor
3. Kernwaarden niet of nauwelijks vermeld
4. Bij Energie en gezondheidszorg geen visuele elementen in vacatures
5. Maatschappelijke verbinding (MVO/CSR), niet of nauwelijks, terwijl naar het schijnt dit jonge mensen aantrekt

# Inhoudsanalyse (uit NNL,

(Hein et al., forthcoming)

## Energie

- Ouderwets, man gedomineerd, weinig openstaand voor vrouwen of mensen met een andere culturele achtergrond

## IT

- Doet zich 'hipper' voor dan medewerkers prettig vinden

## Gezondheidszorg

- Nadruk op taken en verantwoordelijkheden (en niet op de uitdagingen)



# Tips

1. Maak ambassadeurs van je huidige medewerkers?
2. Wat is het doel van de organisatie, expliciteer het doel, leg verbinding met maatschappelijke thema's (duurzaamheid, diversiteit)
3. Wat is de maatschappelijke betrokkenheid van de organisatie?



Dank voor uw aandacht

