

# Nationaal Onderzoek Arbeidsmarkt 2011

## Onze media in relatie tot de arbeidsmarkt

Wilt u op een snelle en effectieve manier goed personeel werven? Dan mag u de resultaten van het jaarlijks Nationaal Onderzoek Arbeidsmarkt (NOA) niet missen. Dagblad De Limburger en Limburgs Dagblad geven u inzicht in de meest actuele gegevens van de arbeidsmarkt: Hoe oriënteren werkzoekenden zich, welke bronnen gebruiken zij daarvoor en welke overwegingen maken zij in de zoektocht naar een nieuwe baan! NOA is de standaard voor arbeidsmarktonderzoek. Media-exploitanten op de arbeidscommunicatiemarkt hebben hun krachten gebundeld om u als werkgever te voorzien van relevante informatie omtrent de arbeidsmarkt.

## Onderzoeksverantwoording

De gegevens hebben betrekking op de provincie Limburg met een doelgroep van 497.000 personen. Het onderzoek is uitgevoerd onder inwoners van Limburg van 13 jaar en ouder, die deel uitmaken van de beroepsbevolking of dit op korte termijn willen doen voor tenminste 12 uur per week. Mensen die minder dan 12 uur per week werken, of de voorkeur geven aan een werkweek van minder dan 12 uur per week, zijn niet meegenomen in dit onderzoek. In het vervolg van deze tekst hanteren we het begrip beroepsbevolking.

## 70 % van de werkenden oriënteert zich op de arbeidsmarkt

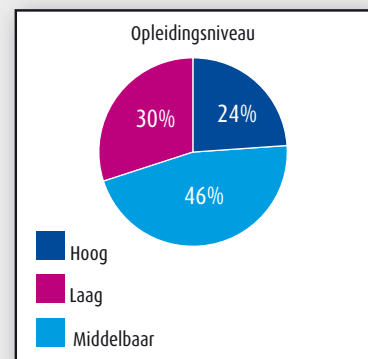
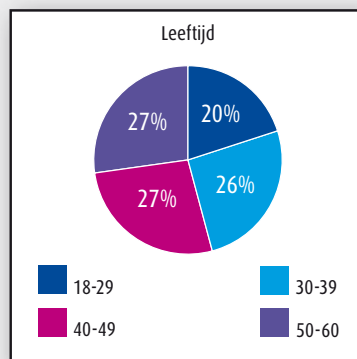
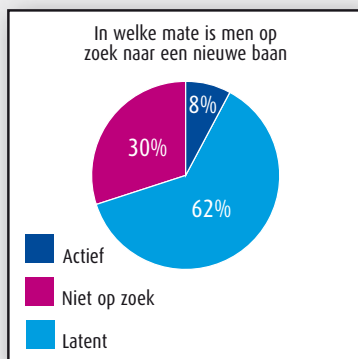
In het verspreidingsgebied van Dagblad De Limburger en Limburgs Dagblad geeft 62% van de ondervraagden aan zich latent te oriënteren op een nieuwe baan. 8% van de ondervraagden geeft aan actief op zoek te zijn naar een nieuwe werkkring.

## Meer dan helft van de beroepsbevolking 40+

Zowel de categorie 40-50 jaar als de categorie 50-60 jaar beslaan 27% van de beroepsbevolking, waardoor ruim de helft van de beroepsbevolking de veertig is gepasseerd.

## Opleidingsniveau

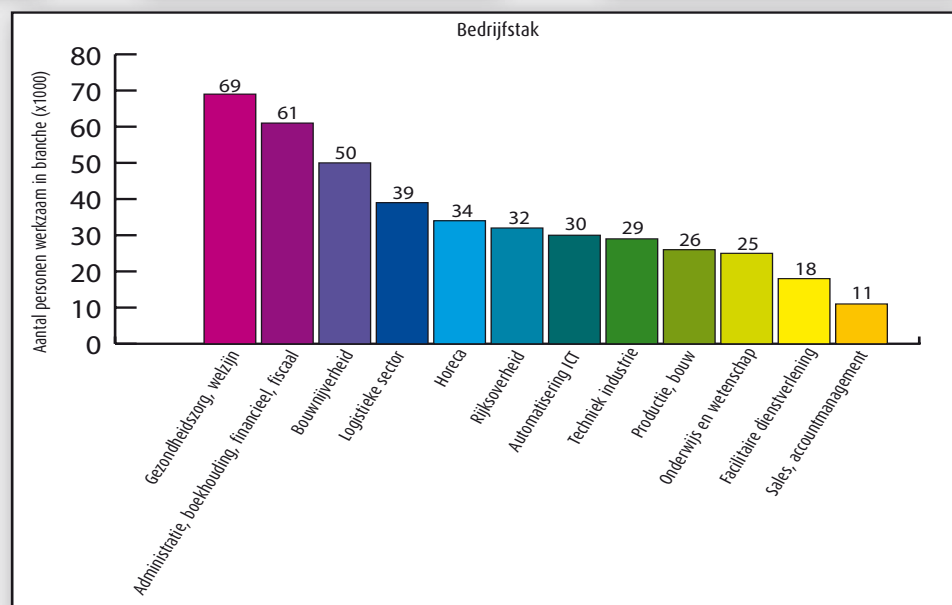
47% van de Limburgse beroepsbevolking heeft een opleiding op MBO-niveau. HBO-ers en WO-ers vertegenwoordigen ruim 24% van de beroepsbevolking.



## Bedrijfstak

De grootste bedrijfstak, qua aantal werknemers, is de gezondheidszorg/welzijn. Hierin zijn in 69.000 Limburgers werkzaam. Daarna zijn 61.000 Limburgers werkzaam in administratieve en financiële functies.

Hieruit blijkt het belang van de (zakelijke) dienstverlening voor de Limburgse economie. De derde grootste branche in Limburg is de bouwnijverheid, hierin werken 50.000 personen.



# Oriëntatie

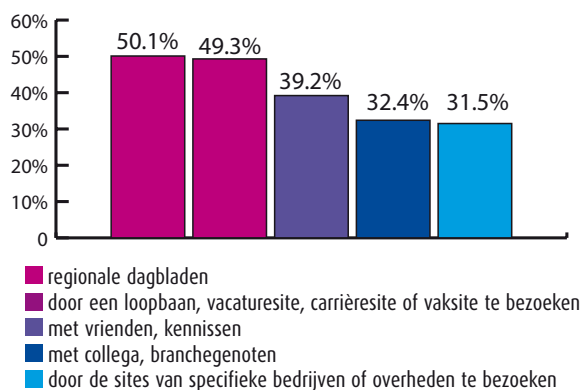
## Regionale dagbladen koploper bij oriëntatie!

Regionale dagbladen en vacaturesites zijn de meest geraadpleegde bron voor mensen die zich oriënteren op de arbeidsmarkt. Ongeveer de helft van de mensen gebruiken vacaturesites en regionale dagbladen als ze zich willen oriënteren in de zoektocht naar een nieuwe baan. Buiten media maken veel mensen ook gebruik van de verschillende netwerken waarbinnen ze zich bevinden, zowel informeel (vrienden en kennissen) als formeel (collega's/ branchegeenoten en zakelijke relaties/netwerk)

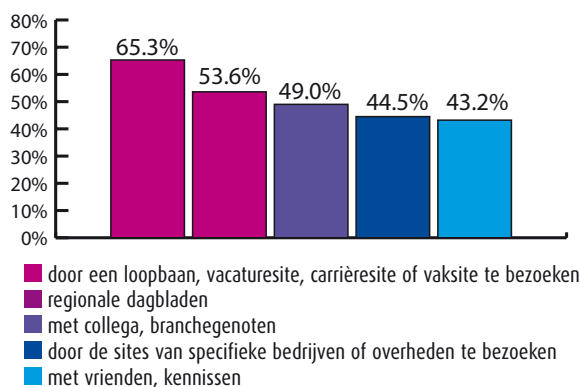
## Opleidingsniveau speelt rol bij oriëntatiekanaal

Hoger opgeleiden, middelbaar opgeleiden en lager opgeleiden oriënteren zich op verschillende manieren op de arbeidsmarkt. Wat opvalt is dat hoger opgeleiden intensiever zoeken naar een baan en zij schakelen daarbij ook meer kanalen in. Dit kan opgemaakt worden uit het hogere bereik van de verschillende kanalen onder hoger opgeleiden. Onder de lager en middelbaar opgeleiden zijn de regionale dagbladen de meest geraadpleegde oriëntatiebron. Naast de traditioneel sterke rol van regionale dagbladen zijn de verschillende online kanalen niet meer weg te denken uit de oriëntatiemiddelen van de werkzoekende. Zeker bij hoger en middelbaar opgeleiden lijkt de mix van het regionale dagblad met vacaturesites tot een breed bereik onder de beroepsbevolking in Limburg.

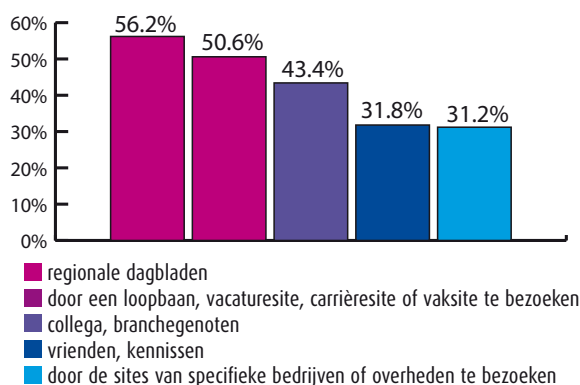
Top 5 meest gebruikte mediatypen bij de oriëntatie op de arbeidsmarkt.



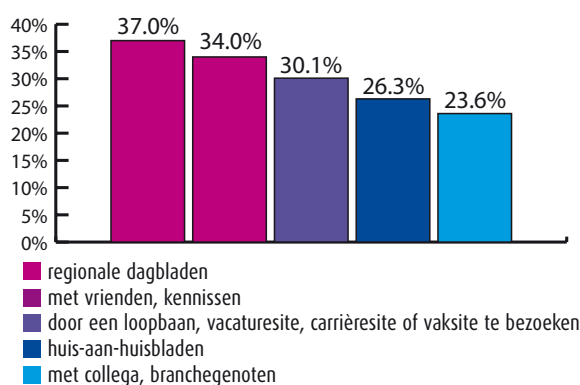
Top 5 oriëntatiebronnen hoog opgeleid



Top 5 oriëntatiebronnen middelbaar opgeleid



Top 5 oriëntatiebronnen laag opgeleid

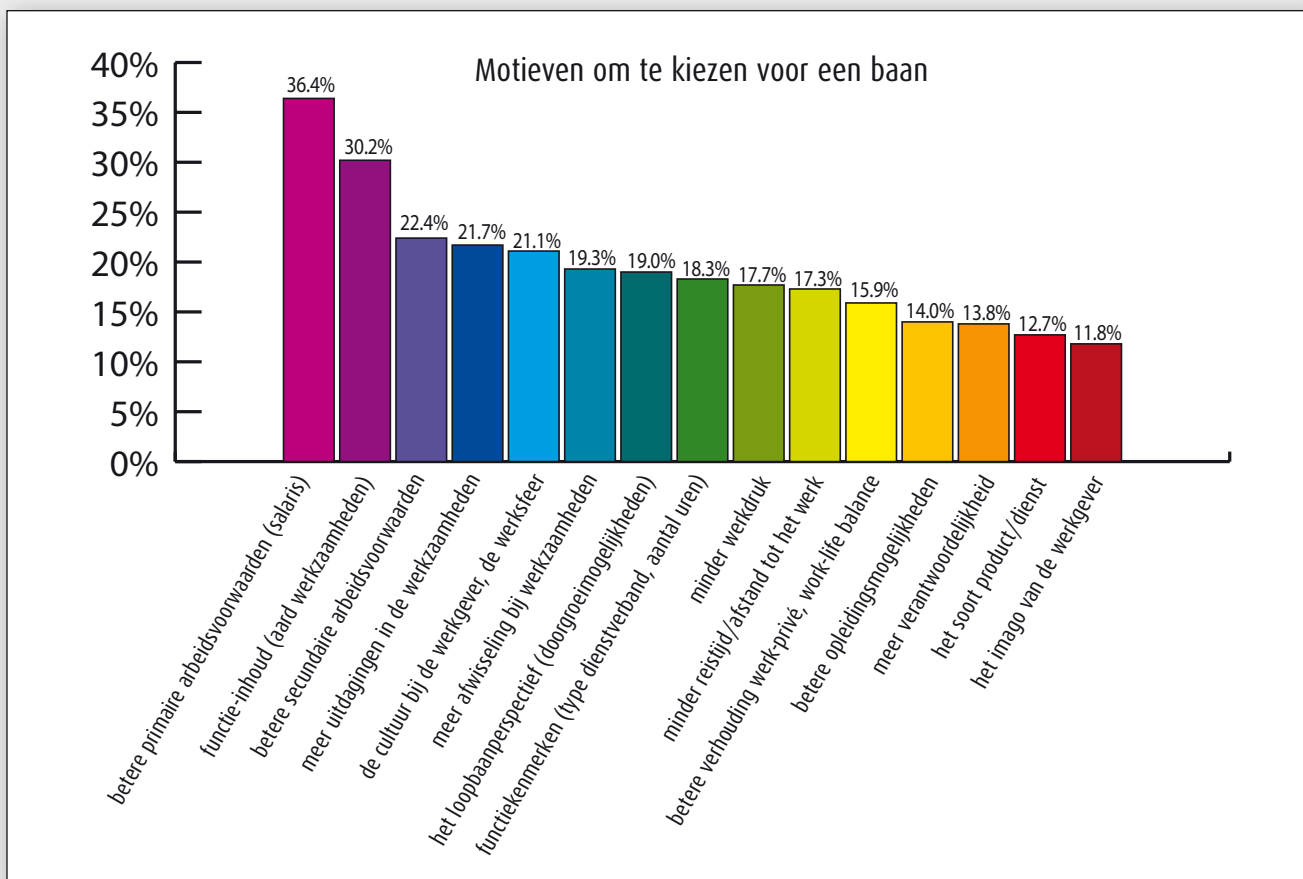


# Motivatoren

In periodes van economische recessie kiezen mensen voor zekerheid, maar toch zijn er genoeg mensen die van baan willen veranderen. Wat zijn de belangrijkste motieven om van baan te veranderen?

## Salaris en functie-inhoud belangrijkste motieven om van baan te veranderen

Salaris en functie inhoud blijven de belangrijkste redenen voor mensen om van baan te veranderen. Het bedrag onder op de loonstrook blijft voor veel mensen de belangrijkste keuzefactor voor een bepaalde baan. Maar mensen bekijken een baan vanuit verschillende perspectieven. Naast salaris en inhoud spelen toekomstperspectief, werkomgeving/sfeer, uitdaging en afwisseling ook een belangrijke rol bij de keuze voor een bepaalde baan.



De belangrijkste reden om van baan te veranderen is salarisverbetering. De functie-inhoud en meer uitdagingen in de werkzaamheden worden ook vaak genoemd. Daarnaast hechten mensen veel waarde aan het loopbaanperspectief en de werksfeer.

## Maximaal 30-60 minuten!

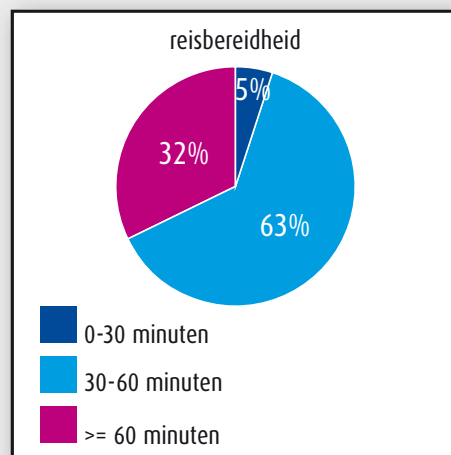
Het merendeel van de mensen geeft aan niet bereid te zijn om langer dan 60 minuten te willen reizen om op hun werk te komen. 5% van de beroepsbevolking vindt 30 minuten te lang.

Mensen die jong, hoog opgeleid en op zoek zijn naar werk zijn gemiddeld bereid het langste te investeren in de reistijd naar hun werk

## Verhuisbereidheid

De bereidheid om te verhuizen voor een baan is bijzonder laag in Limburg, 78% van de beroepsbevolking wil niet verhuizen voor een baan.

In vergelijking met het Nederlands gemiddelde zijn Limburgers honkvast. Landelijk is 28% bereid om te verhuizen.



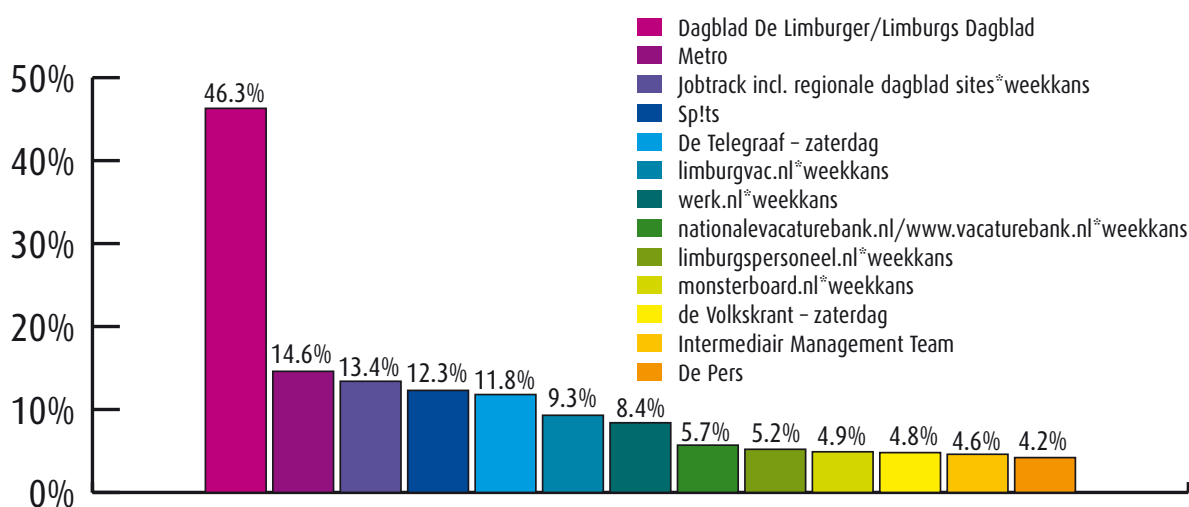
# Bereik

## Bereik printmedia

De Limburgse Dagbladen steken met kop en schouders uit boven de overige media. Van de totale beroepsbevolking in Limburg, 497.000 personen, lezen er maar liefst 230.000 op zaterdag de krant waarin de personeelsadvertenties staan. Ter vergelijking: de nummer twee, de zaterdageditie van de Metro, heeft een bereik van slechts 72.000. Op het gebied van printmedia kan er geen twijfel zijn. Er is maar een titel die een goed bereik heeft: Dagblad De Limburger/Limburgs Dagblad.



Bereik oriëntatiemedia onder de Limburgse beroepsbevolking



## Online Media

Veel zoekers maken naast de dagbladen ook gebruik van één of meerdere online kanalen. Naast de sites van individuele bedrijven zijn er de vacaturesites. Er zijn echter veel aanbieders op de markt waardoor zowel vraag en aanbod redelijk gefragmenteerd zijn. Online scoort de combinatie van Jobtrack samen met de sites van de regionale dagbladen het hoogst. Vóór andere online aanbieders als limburgvac en werk.nl.

Als werkgever wilt u uw vacature bekend maken bij een breed publiek. Door de diversiteit in het oriëntatiegedrag van de potentiële werknemer is het verstandig om meerdere kanalen in te schakelen. Een combinatie tussen print en online is daarbij sterk te adviseren. Media Groep Limburg met de regionale dagbladen en bijbehorende websites plus Jobtrack in haar uitgeverijportefeuille kan daarin voor u een uitstekende partner zijn. We zijn u graag van dienst.

# Conclusies & Contact

**Dagblad De Limburger en Limburgs Dagblad zijn bij zowel hoger, middelbaar als lager opgeleiden een van de belangrijkste oriëntatiebronnen in de zoektocht naar een nieuwe baan!**

## Contact

De NOA cijfers tonen aan dat veel mensen zich oriënteren op de arbeidsmarkt via Dagblad De Limburger en Limburgs Dagblad, maar het contact met uw doelgroep wordt natuurlijk niet alleen bepaald door een hoog bereik. De creatieve invulling van uw uiting, de grootte, het kleurgebruik en de plek waar uw advertentie staat, bepalen mede of u uw doelgroep niet alleen bereikt, maar ook echt 'raakt'. We denken graag met u mee om dit te realiseren en zo uw wervingsdoelstellingen te verwezenlijken. Neemt u gerust contact met ons op via onze accountmanager. U kunt ons natuurlijk ook altijd bellen op: 046 411 71 80 of mailen naar: [personeel@mgl.nl](mailto:personeel@mgl.nl)