

Oriëntatie van studenten en starters op de arbeidsmarkt

10 tips voor marketeers en recruiters voor een optimale werving van nieuw talent

Inleiding

Door de aantrekkende economie, neemt het aantal vacatures en dus beschikbare banen toe (CBS, 2018)¹. Waar studenten eerder langer studeerden om de start op de arbeidsmarkt uit te stellen, zien we nu dat er gouden tijden aanbreken voor starters. Uit onderzoek van ROA (2017)² blijkt dat het aantal beschikbare banen groter is dan de instroom van mensen op de arbeidsmarkt. Dit betekent dat het voor afgestudeerden makkelijker is om een baan te vinden.

Studenten met technische of IT-opleidingen kunnen nog voor het behalen van hun diploma aan het werk. De prognoses zijn het gunstigst voor wo-studenten met een studierichting in de categorie gedrag en maatschappij (vooral in de psychologie en maatschappelijke richtingen), techniek en informatica of met een medische studierichting. Het minst aantal banen is er voor wo-studenten met een economische of rechtenstudie. Dat geldt ook voor hbo-studenten in de economische sector. Hbo-studenten met een technische opleiding of onderwijsopleiding hebben daarentegen goede baanperspectieven (ROA, 2017).

Hoe gaan deze studenten om met hun oriëntatie op de arbeidsmarkt? Zijn zij zich bewust van de krapte op de arbeidsmarkt? Via welke kanalen oriënteren zij zich en komt dit overeen met hoe starters een baan gevonden hebben? Welk salaris verwachten studenten te gaan verdienen en in hoeverre komt dit overeen met het eerste salaris van starters?

Qompas volgt al twintig jaar het gedrag van hbo- en wo-studenten en -starters. Een willekeurige groep studenten in de eindfase van hun studie en starters (maximaal drie jaar werkervaring) is in dit onderzoek ondervraagd. Door de antwoorden van de online enquête te analyseren, krijgen we inzicht in de manier waarop studenten zich oriënteren op de arbeidsmarkt. Het doel van deze whitepaper is om antwoord te geven op de volgende vraagstukken:

1. Wie zijn de studenten en starters van nu?
2. Wat is het optimale moment om studenten te benaderen?
3. Welke kanalen gebruiken studenten bij het oriënteren?
4. Welke werkgeverskenmerken vinden studenten aantrekkelijk?
5. Wat verwachten studenten van het startsalaris?
6. Welke vaardigheden missen starters wanneer ze aan hun eerste baan beginnen?
7. Welke werkgevers vinden studenten en starters interessant?

Door deze vragen te beantwoorden krijgen we meer inzicht in hoe de doelgroep zich gedraagt tijdens het oriënteren op de arbeidsmarkt. We sluiten deze whitepaper af met tien tips om de juiste talenten te werven voor events, traineeships en startersfuncties.

¹Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). (2018). Aantal vacatures bereikt recordhoogte. <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2018/33/aantal-vacatures-bereikt-recordhoogte>

²Research Centre for Education and the Labour Market (ROA). (2017). De arbeidsmarkt naar opleiding en beroep tot 2022. http://roa.sbe.maastrichtuniversity.nl/roanew/wp-content/uploads/2018/01/ROA_R_2017_10.pdf

De doelgroep

De doelgroep die een online enquête van Qompas heeft ingevuld bestaat uit 1.210 studenten en 423 starters. De studenten zitten in de eindfase van hun studie en de starters hebben maximaal drie jaar werkervaring. De deelnemers zitten in de Qompas-database, hebben gereageerd op een uitnodiging van hun studentenvereniging, via een oproep op social media of de site TKMST.nl. In de online enquête hebben studenten en starters vragen beantwoord over hun oriëntatie op de arbeidsmarkt.

1. Wie zijn de studenten en starters van nu?

Generatie Y: millennials

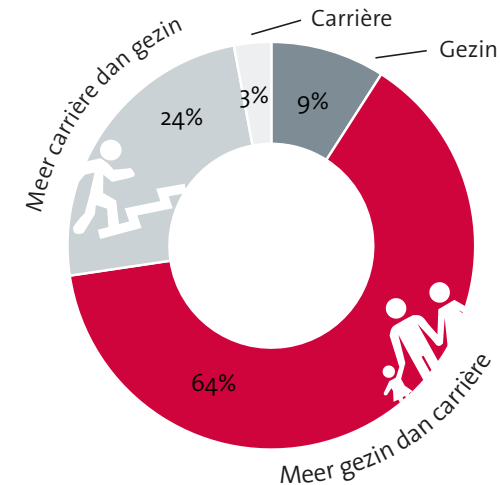
Studenten en starters in dit onderzoek vallen in generatie Y, ook wel millennials genoemd (Young Works, 2018)³. Deze groep (geboren tussen 1985 en 2000) is opgegroeid in een tijd van terreurdreiging en milieuproblemen, maar ook in een tijd van economische welvaart met grote technologische innovaties. Internet is voor de generatie millennials een vanzelfsprekendheid en informatie is altijd beschikbaar. Door de enorme hoeveelheid aan informatie, is het lastig om de aandacht van millennials te trekken en vast te houden. Deze groep begeeft zich binnen nu en ongeveer twee jaar op de arbeidsmarkt. Hoe oriënteren zij zich en wat vinden zij belangrijk aan hun toekomstige werkgever?



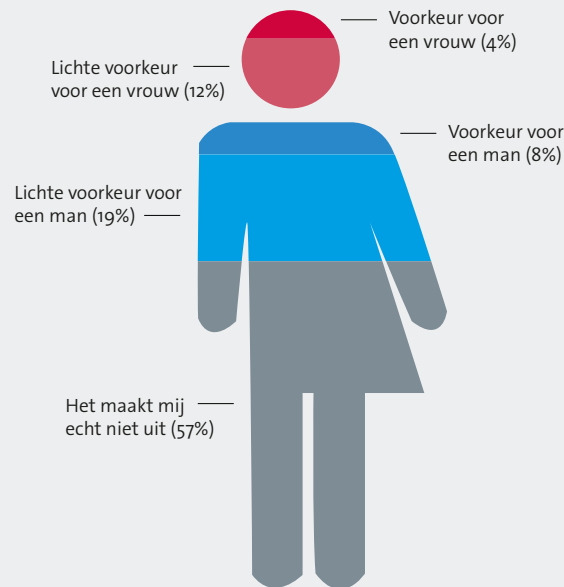
³Young Works. (2018). Generatie Y, Z en A: Een overzicht van generaties. <http://www.youngworks.nl/van-patatgeneratie-tot-prestatiegeneratie/>

Gezin of carrière?

Waar het vroeger de gewoonte was om een opleiding te doen, te gaan werken en een gezin te beginnen, ligt de focus bij veel starters op carrière maken. We hebben studenten en starters een dilemma voorgelegd waarin we hen vroegen te kiezen voor gezin of carrière. Bijna driekwart van de studenten en starters geeft (enigszins) de voorkeur aan het hebben van een gezin. Mannen denken hierover niet anders dan vrouwen. Een kwart van de studenten en starters geeft aan een iets sterkere voorkeur te hebben voor een carrière dan voor een gezin. 82% van de studenten en starters geeft aan eerst carrière te willen maken, voordat ze aan een gezin beginnen. Vrouwen zijn hierin iets stelliger dan mannen (vrouwen: 84%; mannen: 77%).



75% van de mannen wil graag een toppositie bereiken, 68% van de vrouwen wil dat.

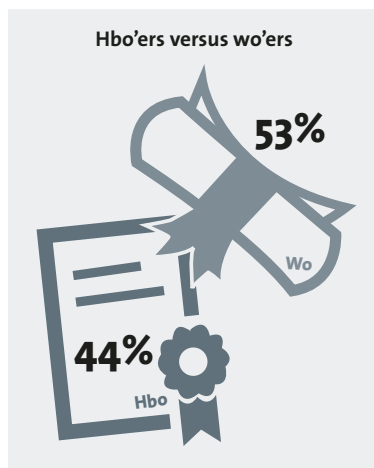
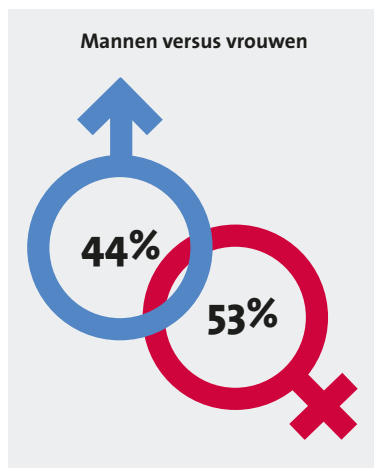


Man of vrouw als leidinggevende?

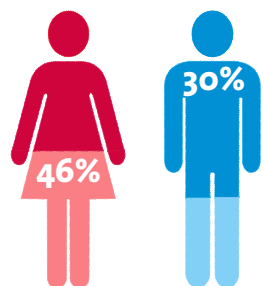
Een meerderheid (57%) geeft aan echt geen voorkeur te hebben voor een man of een vrouw. Ruim een kwart geeft aan een lichte voorkeur te hebben voor een man (27%) en 16% heeft een lichte voorkeur voor een vrouw. We vinden geen significant verschil tussen de mening van mannen en vrouwen. Kortom, het maakt de meeste studenten en starters weinig uit of zijn of haar leidinggevende een man of een vrouw is.

Toekomstperspectief

Een groot deel van de studenten en starters denkt een prima toekomstperspectief te hebben. Mannen zijn positiever (90%) dan vrouwen (79%). Tegelijkertijd geeft het idee om op zoek te moeten naar een baan veel studenten stress, waarbij ze onnodig pessimistisch zijn: de daadwerkelijke tijd die het starters gekost heeft om een baan te vinden, is veel korter dan de tijd die studenten vooraf denken kwijt te zijn. Een derde (33%) van de studenten denkt binnen twee maanden een baan te vinden, maar in werkelijkheid vindt 69% van de starters binnen twee maanden een baan. Studenten zijn positief over hun toekomstperspectief, maar tegelijkertijd zijn ze zich niet volledig bewust van de krapte op de arbeidsmarkt en dat werkgevers steeds meer moeite hebben met het vinden van goede kandidaten.



Ik zou graag een tijd in het buitenland willen werken



Hoge verwachtingen uit mijn omgeving zorgen voor stress



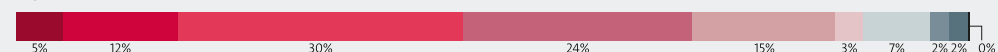
Verwachting van student



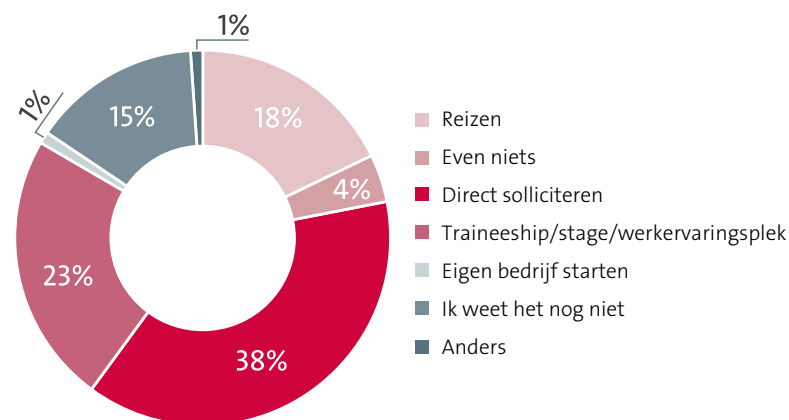
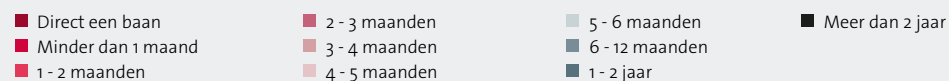
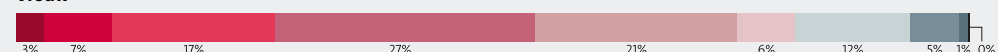
Hoelang de starter zoekt



Man



Vrouw



"Wat denk je te gaan doen, direct na het afronden van je studie?", gesteld aan studenten hbo/wo

Studenten (78%) en starters (74%) vinden het belangrijk dat hun toekomstige werkgever zich bezighoudt met duurzaamheid.

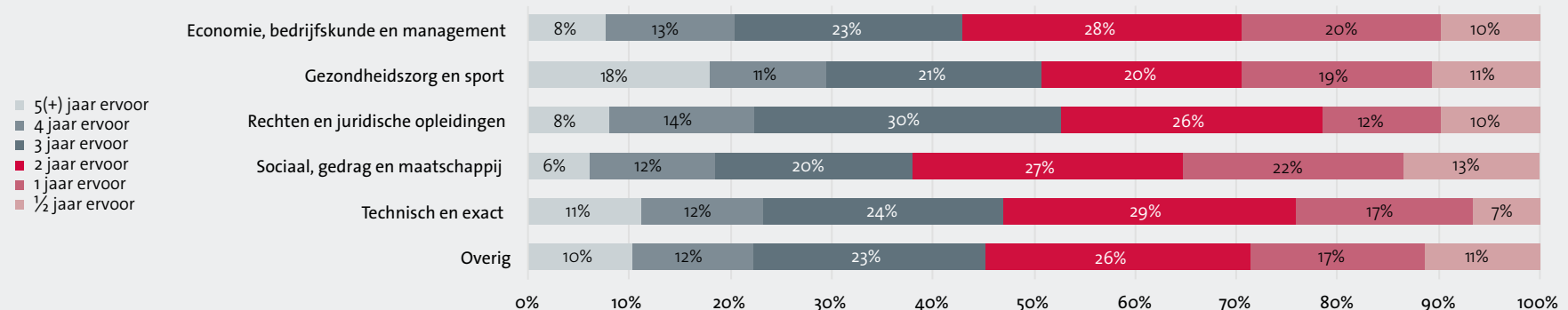
2. Wat is het optimale moment om studenten en starters te benaderen?

Studenten oriënteren zich anders dan starters. Starters begonnen zich te oriënteren een half jaar voordat zij klaar waren met hun studie, terwijl studenten twee jaar voordat ze verwachten de arbeidsmarkt op te gaan, beginnen met oriënteren. Ruim een kwart van de hbo- en wo-studenten begint twee jaar van tevoren met het oriënteren op de arbeidsmarkt. 14% van de hbo-studenten begint pas een half jaar van tevoren met oriënteren, bij wo-studenten ligt dit percentage nog lager: 8%.



Wanneer de student/starter begint met oriënteren op de arbeidsmarkt

Wanneer begint de student met oriënteren? - Verschillen in studiegebieden



3. Welke kanalen gebruiken studenten bij het oriënteren?

Sommige kanalen worden direct gebruikt om beschikbare vacatures te raadplegen, andere kanalen worden meer gebruikt om een beeld te krijgen van de werkgever. Opvallend is dat wo-studenten meer verschillende kanalen gebruiken dan hbo'ers. Hbo'ers maken veel gebruik van stages (77%). Ongeveer de helft van de wo-studenten krijgt een beeld van de werkgever door een stage (48%). Studenten gebruiken LinkedIn, vrienden, bekenden, studiegenoten en vacaturewebsites om zich te oriënteren op hun toekomstige baan. De helft gebruikt ook het eigen netwerk. 40% van de wo'ers gebruikt de studievereniging, terwijl dit percentage voor hbo'ers op 8% ligt. Bijna de helft van de wo'ers gebruikt carrièredagen om zich te oriënteren op de arbeidsmarkt, bij hbo'ers is dit slechts een kwart.



Wo'ers gebruiken over het algemeen **meer oriëntatiekanalen** dan hbo'ers.



Onder hbo'ers is **stage** het meest gebruikte oriëntatiemiddel (77%), terwijl wo'ers dit aanzienlijk minder gebruiken (48%).



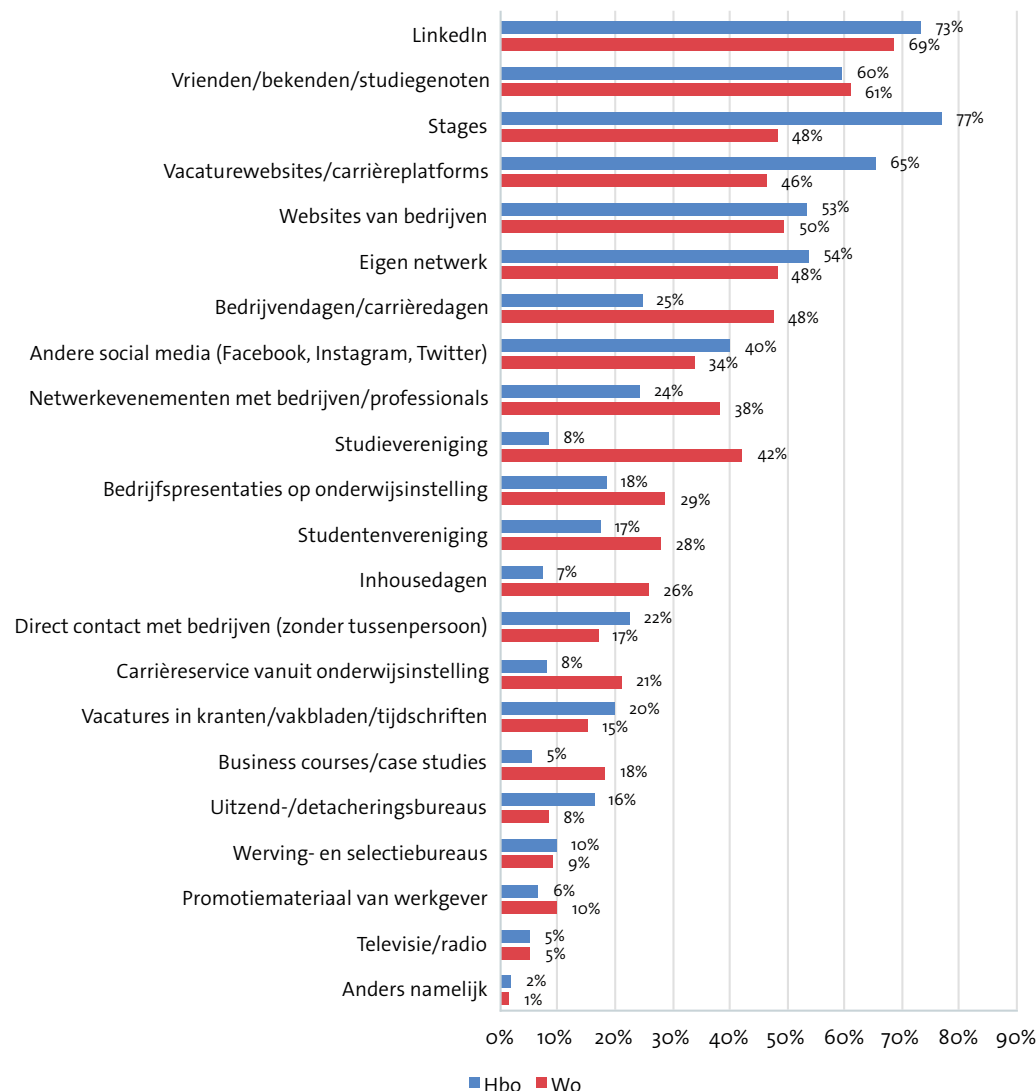
Een ruime 40% van de wo'ers gebruikt de **studievereniging** voor oriëntatie, terwijl slechts 8% van de hbo'ers dit doet.



Bijna de helft van de wo'ers gebruikt **carrièredagen** als oriëntatiemiddel. Bij hbo'ers is dit slechts een kwart.

Welke oriëntatiekanalen gebruiken studenten en werkzoekende starters?

Hbo versus wo



Hoe denken studenten uiteindelijk een baan te vinden? 56% denkt dat dit het beste via een stage gaat en 55% via vacaturewebsites of carrièreplatforms. 54% via LinkedIn en 50% zet zijn eigen netwerk in. Als we dit vergelijken met werkzame starters, dan blijkt dat zij vooral een baan vinden via hun eigen netwerk (24%). 1 op de 5 vindt een baan via een stage en 18% via vacaturewebsites/carrièreplatforms. LinkedIn scoort hoog qua oriëntatiekanaal, maar uiteindelijk vinden starters nauwelijks een baan via LinkedIn. Hieruit kunnen we concluderen dat het voor studenten belangrijk is om een groot eigen netwerk te hebben. Dat betekent dat het voor bedrijven belangrijk is dat zij events organiseren waarmee zij een band kunnen creëren met studenten om zo in het netwerk van studenten te belanden.

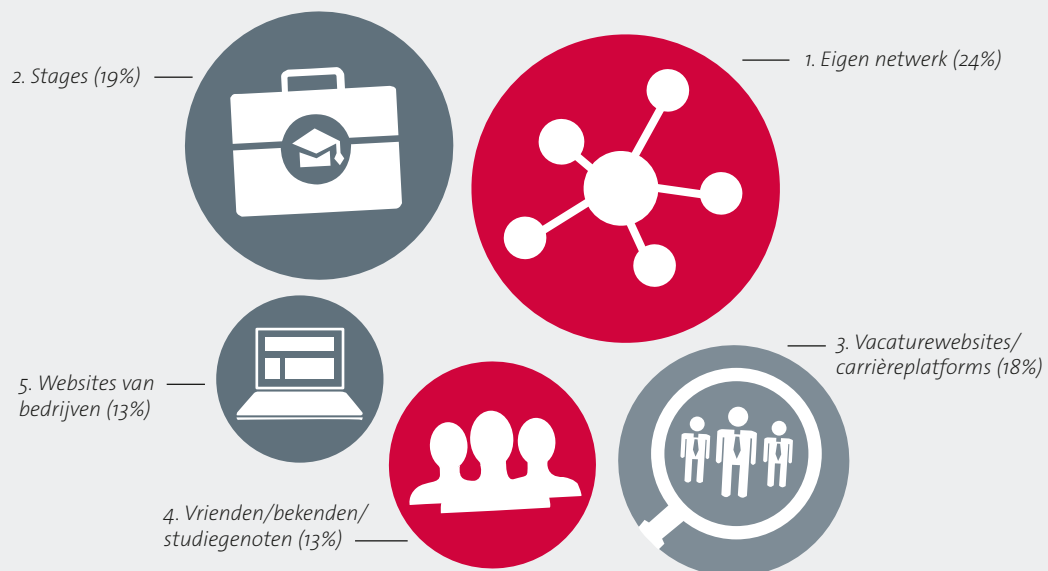
Studenten

Hoe denk je een baan te vinden?



Starters

Hoe heb je een baan gevonden?

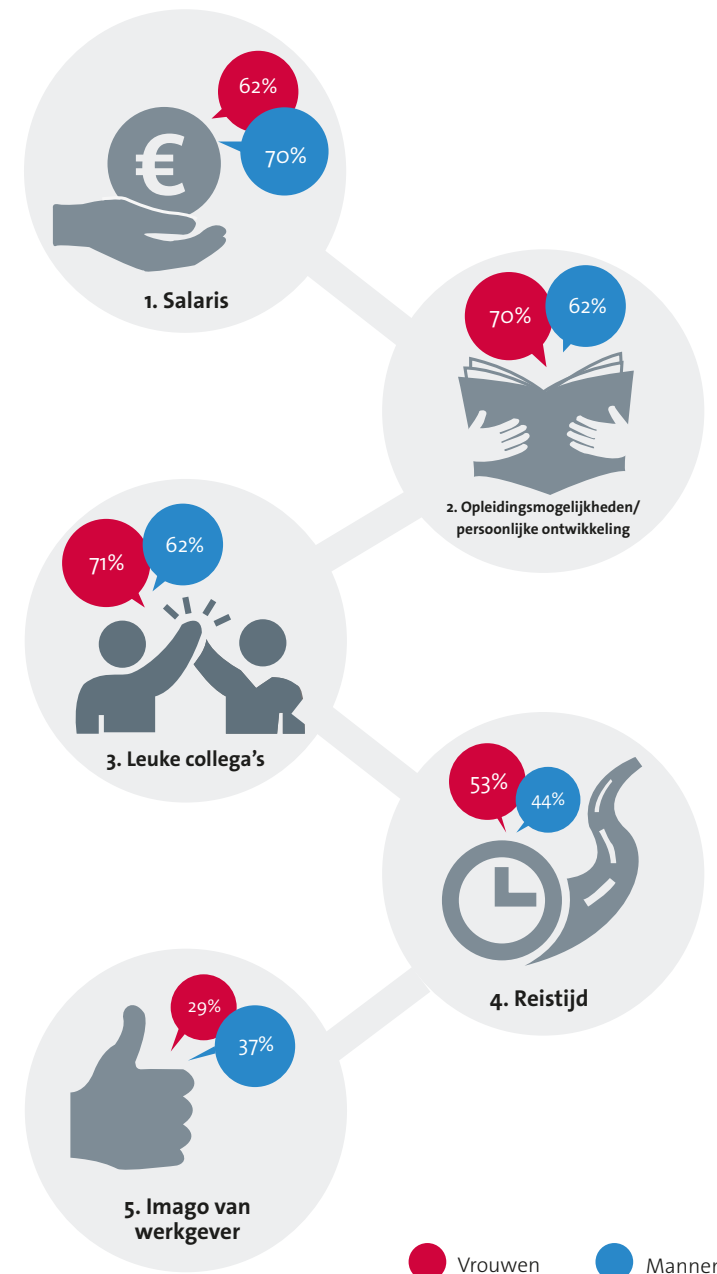
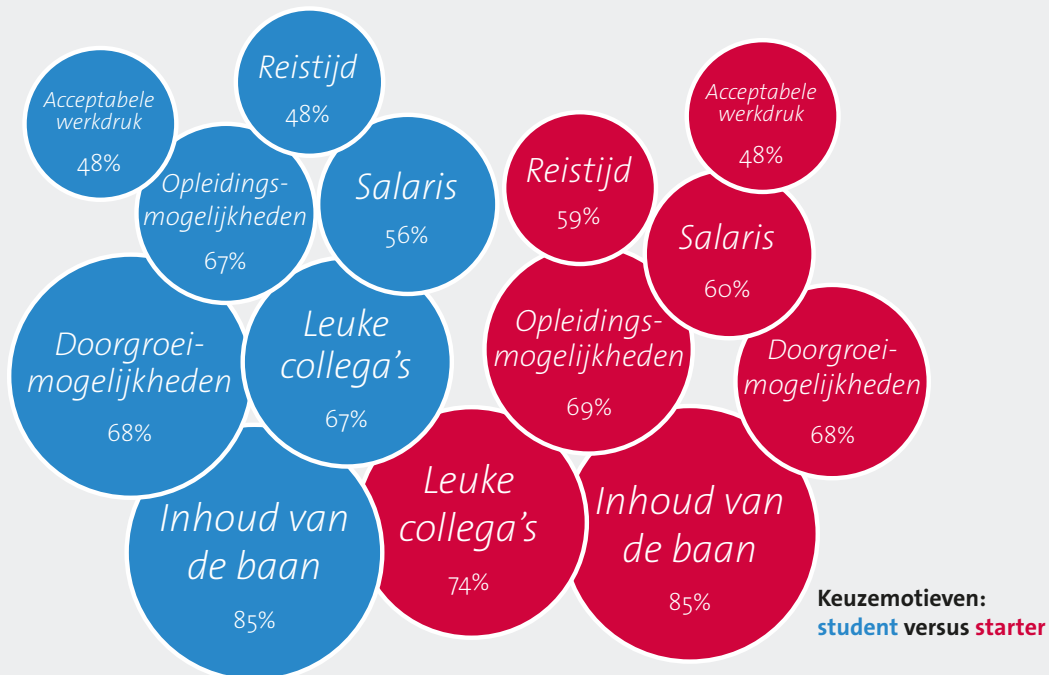


Bijna een kwart van de starters geeft aan via het eigen netwerk een baan te hebben gevonden

4. Welke werkgeverskenmerken vinden studenten aantrekkelijk??

De inhoud van de baan is voor studenten en starters het belangrijkste motief om voor een werkgever te kiezen. Ruim twee derde van de respondenten vindt doorgroeimogelijkheden belangrijk. Ook houden studenten en starters rekening met opleidingsmogelijkheden en willen ze graag leuke collega's. Het salaris staat op de vijfde plek. Reistijd is voor starters belangrijker dan voor studenten, net als flexibele werktijden. Studenten vinden internationale mogelijkheden belangrijker dan starters. Ruim 40% wil graag werk doen dat aansluit bij de studieachtergrond.

Opvallend is dat de optie op een vast contact voor 35% van de studenten en 41% van de starters een belangrijk motief is om voor een werkgever te kiezen. Het aanbieden van een flexibel urencontract door de werkgever haalt studenten en starters niet over om voor een werkgever te kiezen, net als een 9-tot-5-baan.



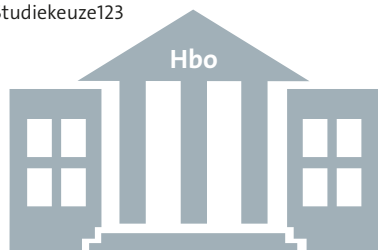
5. Wat verwachten studenten van het startsalaris?

Hbo-studenten schatten hun startsalaris in op €2.155,- bruto per maand. Wo'ers denken gemiddeld €2.461,- te gaan verdienen. Hieruit blijkt dat studenten al een redelijke correcte verwachting hebben van hun startsalaris. Voor hbo-starters ligt het gemiddelde startsalaris op €2.050,- per maand en voor wo-starters op €2.530,-⁴. Wanneer starters zich eenmaal begeven op de arbeidsmarkt, zegt 1 op de 3 starters dat het startsalaris lager uitviel dan vooraf verwacht. Voor 43% voldeed het salaris aan de verwachting.

Maar in hoeverre is het salaris van belang als we het afwegen tegen andere voorwaarden? Een kwart van de deelnemers geeft aan secundaire arbeidsvoorwaarden belangrijker te vinden dan het startsalaris. Dit geeft aan dat de meerderheid de hoogte van het salaris belangrijk vindt. Tegelijkertijd verklaren deelnemers vrije tijd/vakantiedagen belangrijker te vinden dan het salaris. En zeggen ze vrije tijd/vakantiedagen belangrijker te vinden dan secundaire arbeidsvoorwaarden. Mogelijk hebben studenten geen goed idee bij wat secundaire arbeidsvoorwaarden precies inhouden.

De inhoud van de baan is voor studenten en starters de belangrijkste reden om voor een werkgever te kiezen. Wanneer we studenten en starters vragen om te kiezen tussen de hoogte van het salaris en leuk/inspirerend werk, zien we dat 89% leuk/inspirerend werk belangrijker vindt dan de hoogte van het salaris.

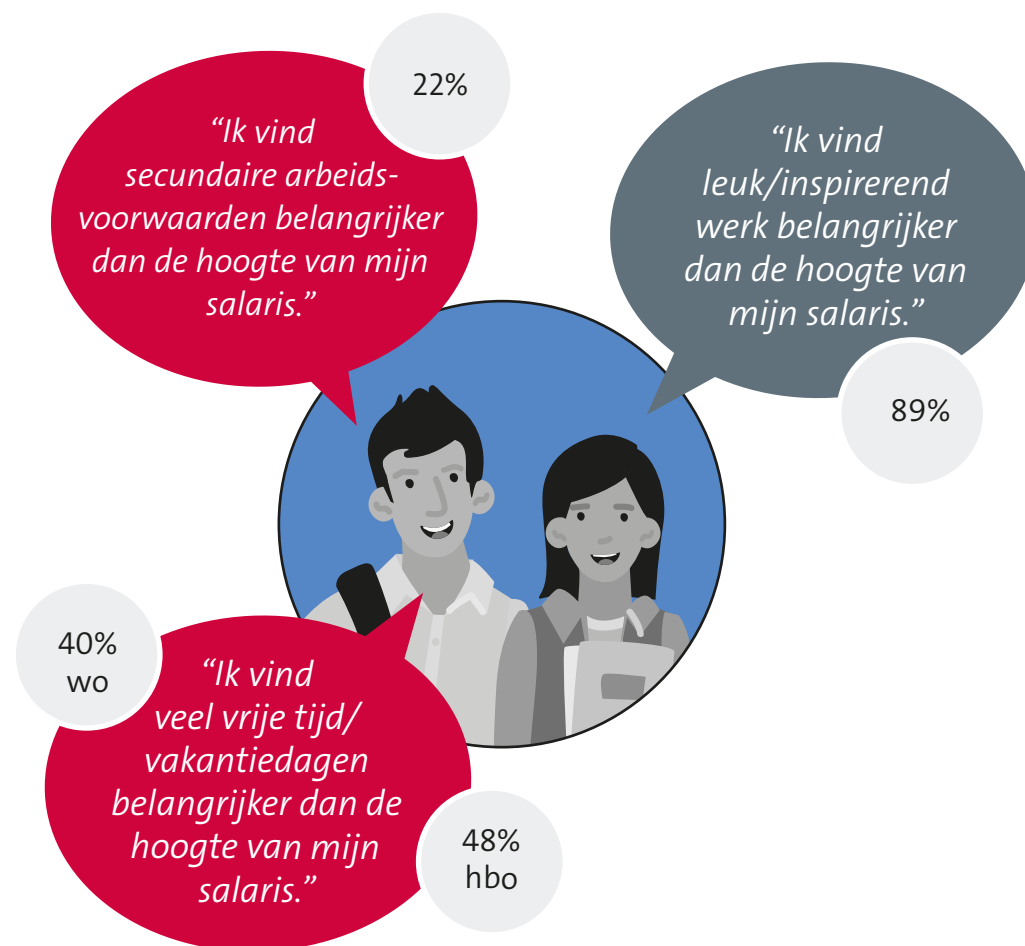
⁴Studiekeuze123



Inschatting student: €2.155,-
Gemiddeld startsalaris: €2.050,-



Inschatting student: €2.461,-
Gemiddeld startsalaris: €2.530,-



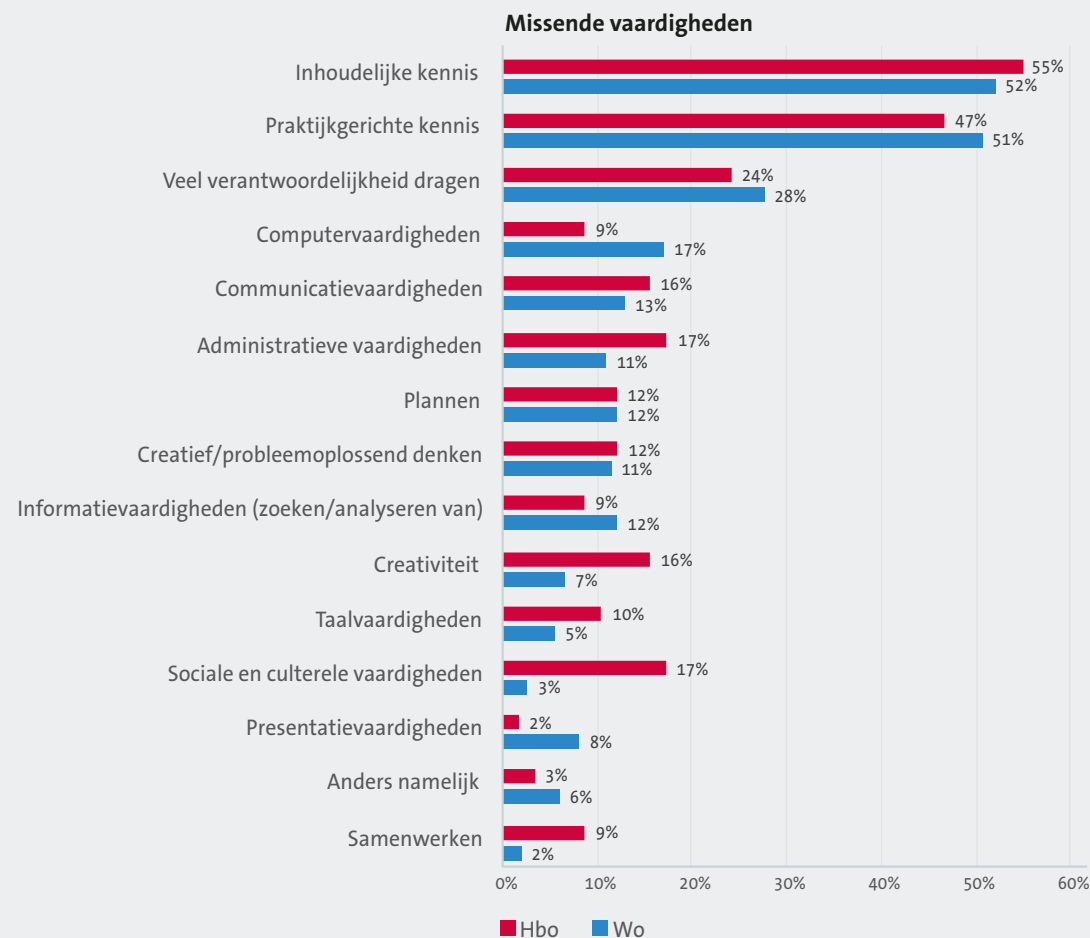
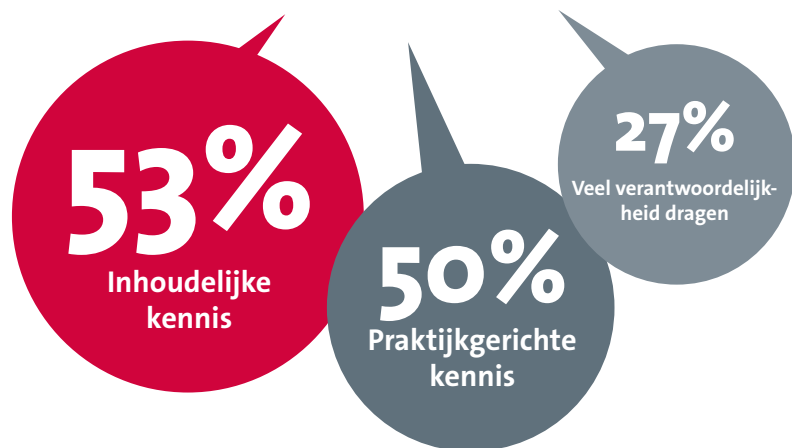
Voor 1 op de 3 starters viel het salaris lager uit dan verwacht

6. Welke vaardigheden missen starters wanneer ze aan hun eerste baan beginnen?

Meer dan de helft (56%) van de starters geeft aan vaardigheden of kennis te missen in aansluiting op hun de eerste baan. Hierin zien we een duidelijk verschil tussen hbo- en wo-starters. 48% van de hbo-starters geeft aan kennis/vaardigheden te missen tegenover 60% van de wo's. Voor meer dan de helft geldt dat zij inhoudelijke kennis en praktische kennis missen. 28% van de wo's en 24% van de hbo'ers geeft aan moeite te hebben met het dragen van verantwoordelijkheid. Bijna 1 op de 5 wo'ers mist computervaardigheden.

Verder denkt 46% van de hbo'ers en 38% van de wo's meteen heel belangrijk te zijn voor de werkgever. De helft van de hbo'ers denkt daarentegen dat werkgevers niet weten hoe jonge mensen zich willen ontwikkelen (49%). Voor wo'ers ligt dit percentage iets lager: 39%. Dit wordt mogelijk verklaard doordat hbo'ers veelal stage lopen tijdens hun opleiding en zodoende een goed beeld hebben van de werkvloer.

“Welke vaardigheden/kennis miste je in aansluiting op je eerste baan?”



Hbo'ers (49%):
werkgevers weten niet hoe jonge
mensen zich willen ontwikkelen

7. Populaire bedrijven

Aan studenten en starters hebben we gevraagd bij welke werkgevers ze graag zouden willen werken. Via een tool konden ze door een lijst met werkgevers scrollen en zoeken op werkgevers waarin zij geïnteresseerd zijn. Ook mochten ze zelf werkgevers toevoegen aan de lijst. Dit resulteerde in de volgende top-25 van meest populaire werkgevers onder studenten en starters.

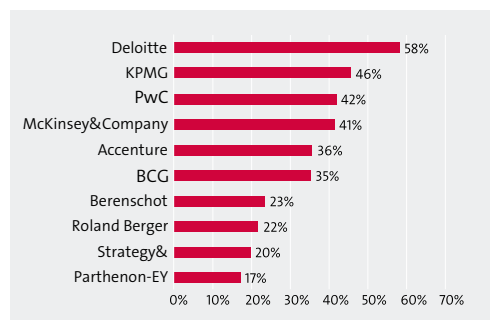
A red smartphone mockup with a white circle at the top and a white square icon at the bottom. The screen displays a list of 25 employers, numbered 1 to 25, each on a light pink background.

1	Amsterdam Airport Schiphol / Schiphol Group
2	Heineken
3	Rijksoverheid
4	KLM Royal Dutch Airlines
5	Philips
6	Bol.com
7	Coolblue
8	Unilever Benelux
9	Coca-Cola Enterprises Nederland B.V.
10	Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen
11	FrieslandCampina
12	Google Nederland
13	ABN AMRO Bank
14	Deloitte
15	Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS)
16	Gemeente Utrecht
17	Nike
18	ING
19	Albert Heijn
20	Gemeente Amsterdam
21	Ministerie van Buitenlandse Zaken
22	L'ORÉAL Nederland
23	Shell
24	Nestlé Nederland B.V.
25	Apple Nederland

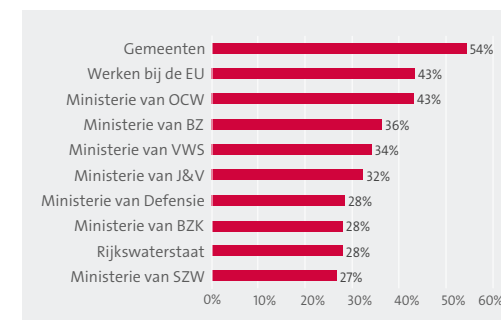
Top-25 werkgevers onder studenten en starters

7. Populaire bedrijven

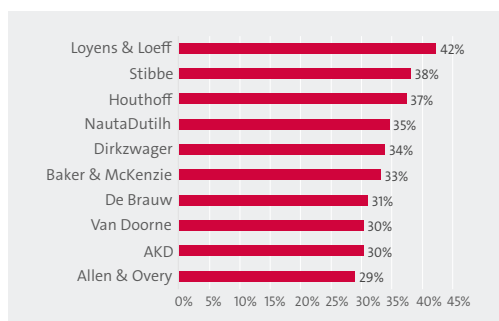
Studenten en starters gaven aan in welke branches ze interesse hebben. Aan de hand van hun interesse kregen ze een lijst met werkgevers uit de desbetreffende branches voorgelegd, met de vraag bij welke werkgevers zij wel zouden willen werken. Resultaten zijn weergegeven in Figuur 1 t/m 10.



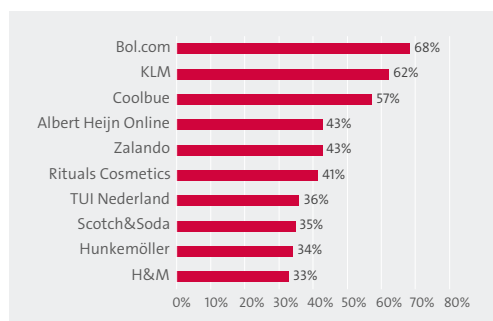
Figuur 1: Top-10 Consultancy (N = 522)



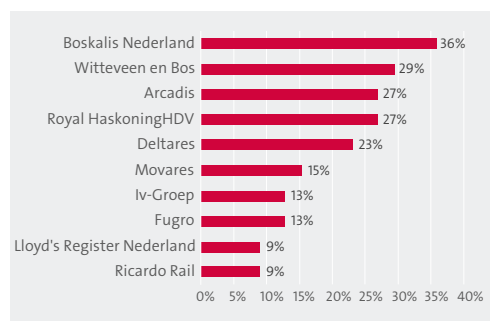
Figuur 2: Top-10 Overheid en semi-overheid (N = 464)



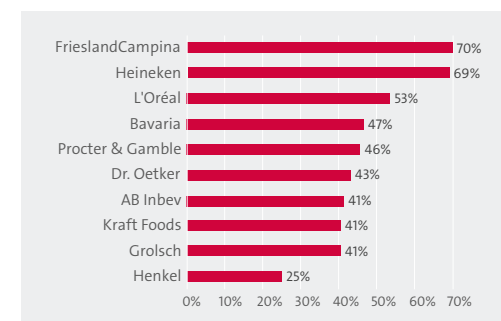
Figuur 3: Top-10 Juridisch (N = 166)



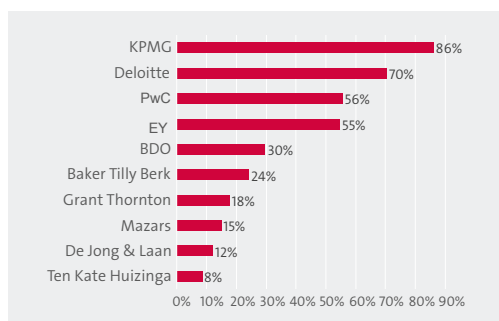
Figuur 4: Top-10 E-commerce, handel en retail (N = 171)



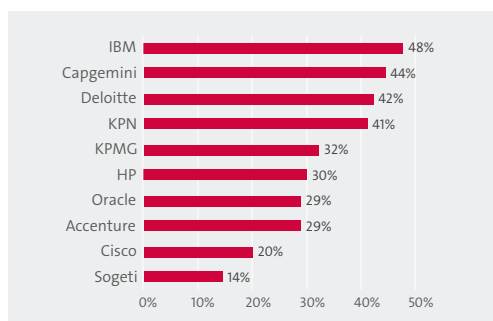
Figuur 5: Top-10 Technische dienstverlening (N = 103)



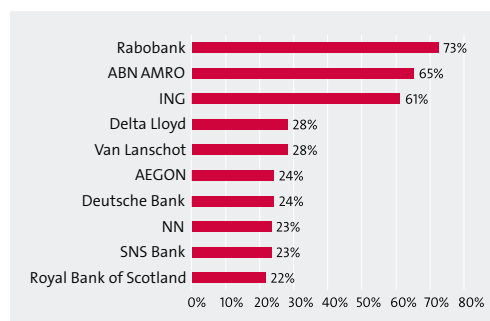
Figuur 6: Top-10 Fast moving consumer goods (N = 118)



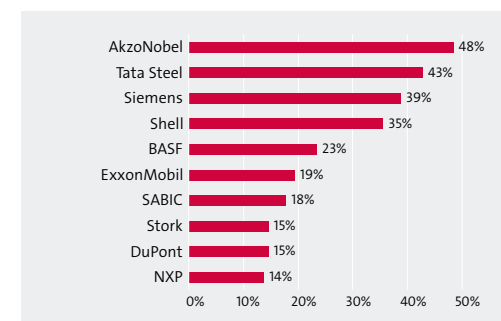
Figuur 7: Top-10 Financiële dienstverlening (N = 122)



Figuur 8: Top-10 ICT-consulting (N = 136)



Figuur 9: Top-10 Financiële instellingen (N = 131)



Figuur 10: Top-10 Industrie (N = 138)

Tien tips om studenten te werven

Tip 1: Gebruik het eigen netwerk van studenten

Een kwart van de starters vindt uiteindelijk een baan via zijn of haar eigen netwerk. Voor bedrijven en organisaties is het daarom zinvol zichtbaar te worden in het netwerk van studenten. Dit kan bijvoorbeeld door te werken aan naamsbekendheid en een positief imago. Het netwerk van huidige werknemers kan hiervoor ingezet worden. Het is daarom zinvol om werknemers in te zetten als ambassadeurs om op die manier echte en authentieke verhalen te delen met studenten. Een groter bereik heb je als bedrijf echter door het organiseren van business courses, inhousedagen en netwerkdagen. Studenten nemen een kijkje in het bedrijf. Dit stelt werkgevers in staat persoonlijk contact te leggen en zo een positieve indruk achter te laten.

Tip 4: Benadruk doorgroeimogelijkheden, opleidingstrajecten en de sfeer op de werkvloer

Doorgroeimogelijkheden en opleidingstrajecten zijn belangrijke redenen voor studenten om voor een werkgever te kiezen. Benadruk deze mogelijkheden in vacatureteksten. Daarnaast zijn studenten erg gevoelig voor de sfeer op de werkvloer. Benoem dus of er bijvoorbeeld een informele cultuur is en welke activiteiten er gedaan worden met collega's.

Tip 2: Zorg voor online zichtbaarheid

Carrièreplatforms en vacaturewebsites worden door een groot deel van de studenten die zich oriënteren op de arbeidsmarkt gebruikt. Daarom is het zinvol om op deze platforms aanwezig te zijn en zo te werken aan naamsbekendheid en het creëren van een positief imago. Ook voor studenten die zich wat later begeven op de arbeidsmarkt. Generatie Y verwacht dat bedrijven en organisaties online zichtbaar zijn. Zij vormen zich eerst online een beeld en pas daarna besluiten zij zich aan te melden voor business courses, inhousedagen of netwerkdagen.

Tip 5: Benadruk specifieke secundaire arbeidsvoorwaarden

Studenten weten niet altijd goed wat secundaire arbeidsvoorwaarden inhouden. Vrije dagen vinden ze belangrijk. Benoem daarom concreet het aantal vrije dagen en andere aanvullende secundaire arbeidsvoorwaarden. Studenten krijgen daardoor een beter beeld bij de arbeidsvoorwaarden.

Tip 3: Bind studenten aan het bedrijf door middel van stages

Voor hbo-starters vinden een baan via de stage. Doordat zij stage lopen hebben zij vaker een beter beeld van de werkgever en weten ze beter wat de werkgever van hen verwacht en welke vaardigheden zij moeten ontwikkelen. Bedrijven of organisaties kunnen tijdens een stage een band opbouwen met de student, hem/haar aan zich binden door een goede begeleiding. Kortom, stages dragen bij aan het beeld dat de student zich vormt van de werkgever. Daarbij creëer je als bedrijf ook naamsbekendheid in het netwerk van de student.

Tip 6: Wees transparant over het salaris

Als reden om voor een werkgever te kiezen staat salaris op plaats 5. Veel studenten en starters vinden het lastig in te schatten welk salaris ze kunnen verwachten. Voor een derde leidt dit tot een salaris dat lager uitvalt dan verwacht. Vooraf duidelijk zijn over het salaris voorkomt teleurstelling bij nieuwe werknemers.

Tip 7: Benadruk belangrijke maatschappelijke thema's: Duurzaamheid

Studenten gaan niet alleen voor het geld: inhoud van de baan, doorgroeimogelijkheden en opleidingsmogelijkheden zijn belangrijker. Daarnaast vinden studenten het thema duurzaamheid belangrijk. Benoem daarom hoe jouw bedrijf omgaat met duurzaamheid. Dit draagt positief bij aan het beeld dat studenten hebben van het bedrijf of de organisatie.

Tip 9: Wees concreet over de inhoud van de baan

Het belangrijkste keuzemotief van studenten is de inhoud van de baan. Wees in vacatureteksten duidelijk over wat de baan inhoudt, zodat studenten een duidelijk beeld hebben van wat ze kunnen verwachten. Dit zorgt misschien voor een iets lager aantal sollicitaties, maar het komt de kwaliteit van de kandidaten het zeker ten goede. Ook geven starters aan het lastig te vinden hoeveel verantwoordelijkheid ze moeten dragen, door vooraf transparant te zijn, draag je bij aan een goed beeld.

Tip 8: Bouw al vroeg een relatie op met de student

Studenten oriënteren zich steeds vroeger op de arbeidsmarkt. Een ruime meerderheid begint twee jaar voordat zij de arbeidsmarkt opgaan of zelfs nog eerder met het zoeken naar informatie over werkgevers en vacatures. Zorg dat je al vroeg online zichtbaar bent, wees aanwezig bij events voor jonge studenten en nodig hen uit voor inhousedagen, evenementen en stages zodat studenten op een makkelijke manier persoonlijk contact kunnen leggen.

Tip 10: Zet social media vooral in als sfeermaker

Studenten gebruiken online kanalen als carrièreplatforms, vacaturewebsites en LinkedIn om zich te oriënteren op de arbeidsmarkt. Social media zoals Facebook, Instagram en Twitter zijn minder populair als oriëntatiekanaal. Dit betekent vooral dat het plaatsen van vacatures of het werven van kandidaten voor events wellicht minder zinvol is via social media. Daarentegen hebben studenten behoefte aan informatie over de sfeer op de werkvloer en het imago van de werkgever. Juist voor posts die inspelen op sfeer zijn social media wel heel geschikt. Zorg ervoor dat social media onderdeel is van de middenmix, maar gebruik carrièreplatforms en vacaturewebsites om mensen expliciet te werven, want dat is de plek waar ze ontvankelijk zijn voor vacatures en events.

Bent u benieuwd naar het volledige onderzoek, hebt u vragen of bent u benieuwd naar onze mogelijkheden?

Neem dan contact op met:

Lars Noordman (lars@qompas.nl)

Mirjam Bahlmann (mtc@qompas.nl)

Voor meer onderzoeken: insights.qompas.nl

Qompas B.V.
Postbus 1100
2302 BC Leiden

071 - 581 55 81
info@qompas.nl

Qompas
Surrounded by Talent

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag zonder bronvermelding gebruikt worden.
© 2018 Qompas, Leiden