

employer
brand onderzoek
2018



landenrapport
nederland.

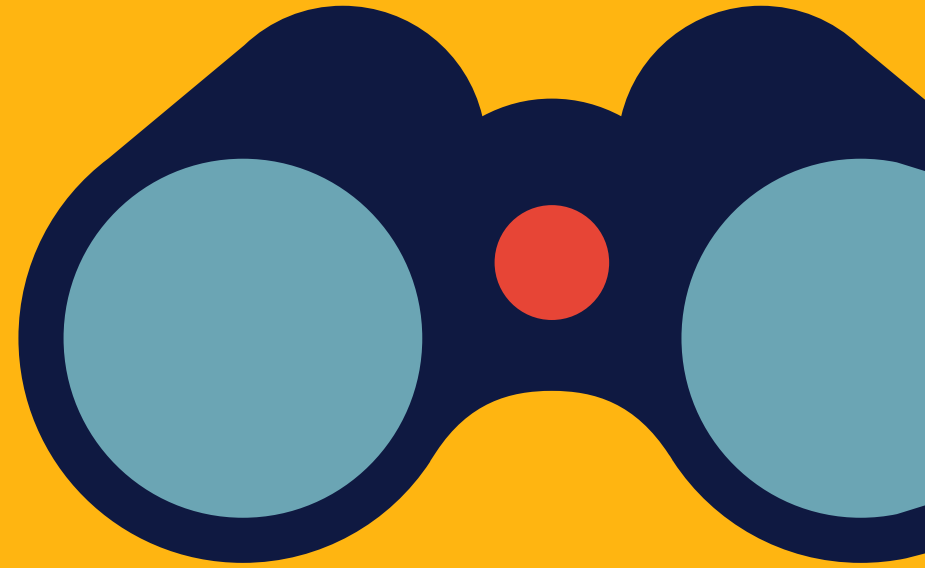


 randstad

human forward.

inhoud.

- 1 inleiding
- 2 landresultaten
- 3 sectorinzichten
- 4 top werkgevers
- 5 deep dive
- 6 methodologie



inleiding.



waarom employer branding belangrijk is.



bedrijven met een positief imago krijgen tweemaal zoveel aanmeldingen als bedrijven met een negatief imago, en hoeven minder in werknemers te investeren.¹

50%

van de kandidaten geeft aan niet te willen werken voor een bedrijf met een zwak imago – zelfs niet voor een hoger loon.¹

80%

van de leidinggevendenden is het ermee eens dat een sterk merk als werkgever een duidelijke impact heeft op hun vermogen de juiste medewerkers aan te trekken.² Aangezien mensen voor een bedrijfscultuur werken en niet zo zeer voor een werkgever, is de perceptie ervan van het grootste belang. Zowel recruiters als kandidaten noemen die cultuur als een van de belangrijkste factoren bij de keuze voor een werkgever. Kandidaten blijken actief de bedrijfscultuur te onderzoeken om erachter te komen of ze zich er thuis zullen voelen. Als kandidaten positieve ervaringen van zowel werknemers als kandidaten op beoordelingsites lezen, voelen ze zich gesterkt om hun CV toe te sturen en van baan te veranderen.

96%

vindt dat overeenkomst tussen persoonlijke waarden en bedrijfscultuur een belangrijke factor is om ergens met tevredenheid te werken.³

62%

van de kandidaten doet op sociale media eerst onderzoek naar werkgevers voordat ze solliciteren.⁵

88%

millennials en minderheden vinden het erg belangrijk dat zij deel uitmaken van de juiste bedrijfscultuur.³



bedrijven met een slecht imago betalen 10% meer per werknemer.⁴

87%

is specifiek bij een bedrijf gaan werken omdat de bedrijfscultuur goed paste.³

80%

heeft het bedrijf specifiek verlaten vanwege de bedrijfscultuur.³

de employer brand roadmap.



wat is het randstad employer brand onderzoek

- **representatief employer brand onderzoek** gebaseerd op de percepties van het algemene publiek. Bouwend op 17 jaar employer brand expertise.
- **onafhankelijk onderzoek** met meer dan 175.000 respondenten in 30 landen wereldwijd.
- **aantrekkelijkheid bepaald** van de 150 grootste werkgevers in het land, die bij minstens 10% van de bevolking bekend zijn.
- **waardevolle inzichten** om werkgevers te helpen hun employer brand te verbeteren.



30 deelnemende landen die samen meer dan 75% van de wereldeconomie omvatten.

Oostenrijk
Australië
Argentinië
België
Brazilië
Canada
China
Tsjechië
Dubai
Frankrijk
Duitsland
Griekenland
Hong Kong
Hongarije
Italië
India
Japan
Luxemburg
Maleisië
Nieuw-Zeeland
nederland
Polen
Portugal
Rusland
Singapore
Spanje
Zweden
Zwitserland
Verenigd koninkrijk
VS



wereldwijd

- meer dan 175.000 respondenten
- 5.755 bedrijven onderzocht

steekproef

- leeftijd 18 tot 65 jaar
- representatief op geslacht
- oververtegenwoordiging 25 tot 44 jarigen
- samengesteld uit studenten, werkenden en werkzoekenden

nederland

- 12.332 respondenten

veldwerk

- online interviews
- tussen 06 december en 24 december 2017

lengte van interview

- 16 minuten

employer brand onderzoek opzet.

30 bedrijven per respondent

'kent u dit bedrijf?':
bepaalt **naamsbekendheid**.

voor elk bedrijf dat men kent

'zou u voor dit bedrijf willen werken?':
bepaalt de **aantrekkelijkheid**.

elk bekend bedrijf

beoordeeld op een set drivers:
bepaalt de **redenen van aantrekkelijkheid**.

willekeurig toegewezen

de 30 getoonde bedrijven op het scherm zijn willekeurig toegewezen op basis van hun naamsbekendheid van het afgelopen jaar.

bedrijven met een grotere bekendheid worden minder vaak voorgelegd, terwijl bedrijven met minder bekendheid vaker worden voorgelegd.
nieuwe bedrijven worden de eerste keer dat ze meedoen aan het onderzoek 1400 keer voorgelegd.

aantal evaluaties

de smart-sampling methode garandeert per respondent een mix van bekende en minder bekende bedrijven en zorgt voor n=140 tot n=400 waarnemingen per bedrijf. dit aantal is statistisch voldoende groot om algemene uitspraken te doen

drivers

elk bedrijf is beoordeeld op:

- 01 financieel gezond
 - 02 maakt gebruik van de nieuwste technologieën
 - 03 goede reputatie
 - 04 baanzekerheid
 - 05 doorgroeimogelijkheden
 - 06 geeft terug aan de samenleving
 - 07 interessante functie-inhoud
 - 08 prettige werksfeer
 - 09 goede balans werk-privé
 - 10 aantrekkelijk salaris
-



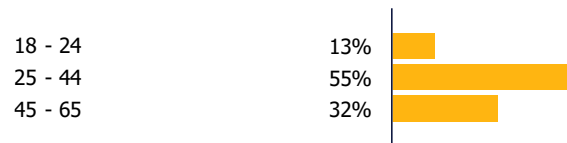
steekproef samenstelling

socio-demografische achtergrond, werksituatie, regio.

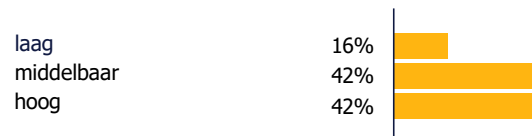
geslacht



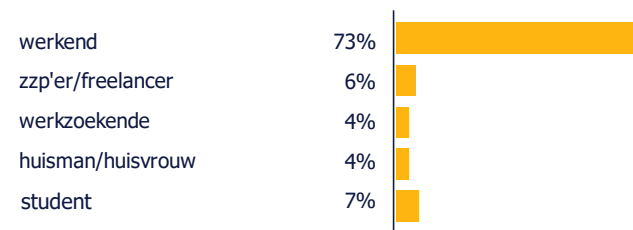
leeftijd



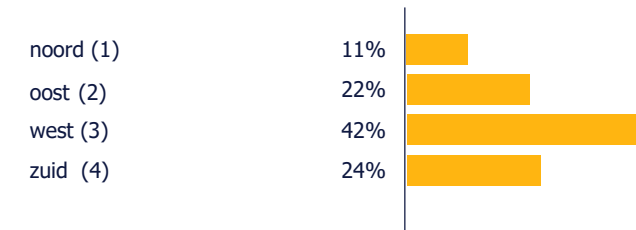
opleidingsniveau



situatie



regio



1. Drenthe, Friesland, Groningen
2. Flevoland, Gelderland, Overijssel
3. Noord-Holland, Utrecht, Zuid-Holland
4. Limburg, Noord-Brabant, Zeeland

totale steekproef: n=12332
veldwerk: van 06 december tot 24 december 2017



steekproef samenstelling sector, functie.

sector



* subgroep niet aanwezig in steekproef

functie

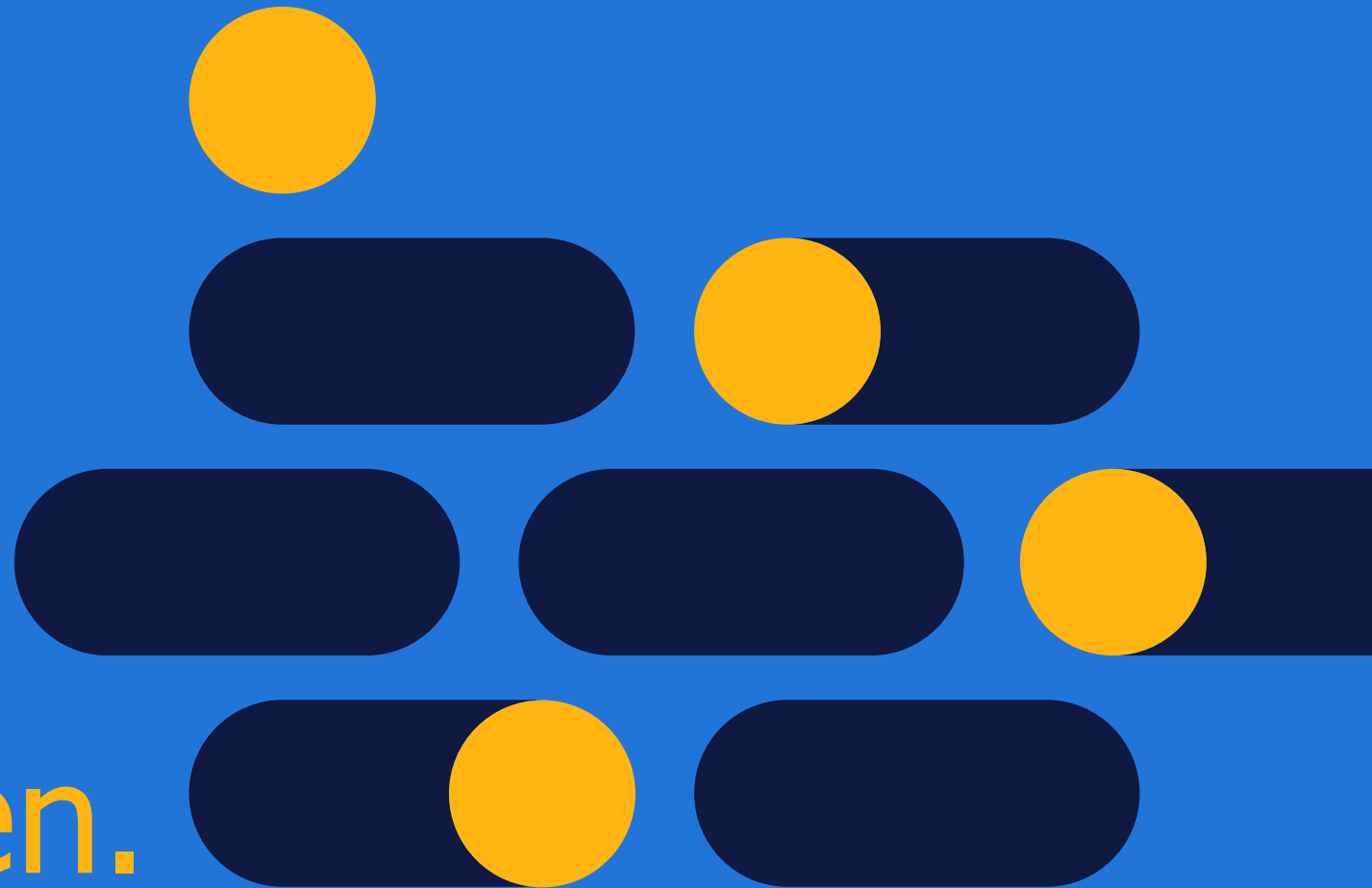


basis: momenteel werkzaam (n= 9757)



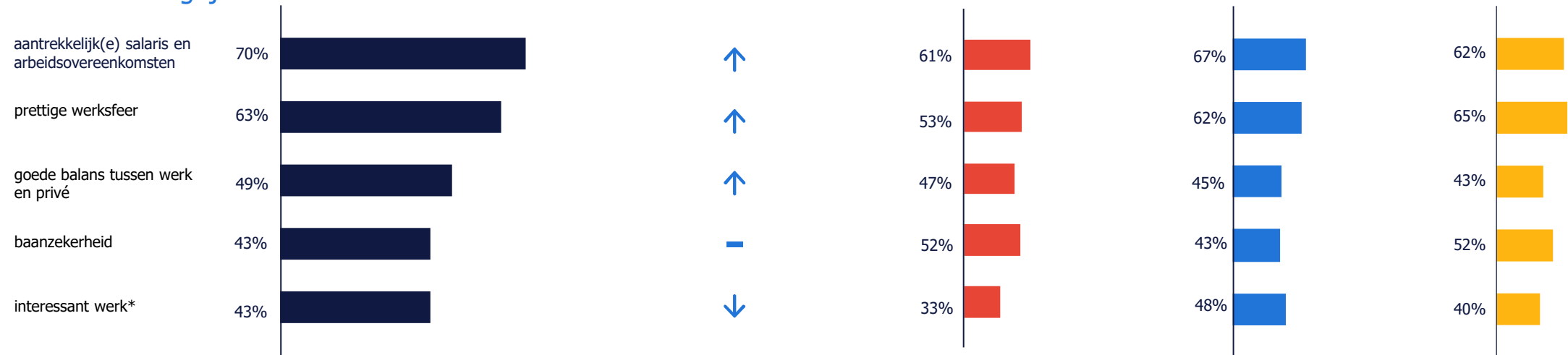
land

resultaten.



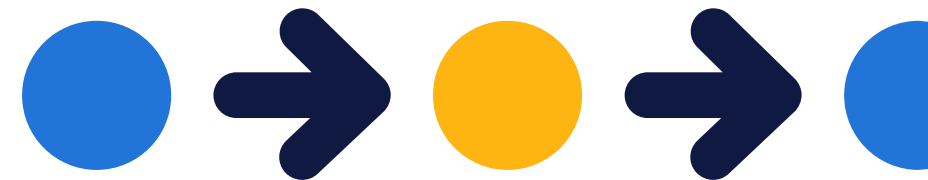
wat potentiële werknemers belangrijk vinden bij het kiezen van een werkgever.

5 meest belangrijke criteria



[klik hier](#) voor een uitsplitsing van socio-demografische kenmerken en trends van de laatste 5 jaar.

* In 2017 is dit aspect anders uitgevraagd: "werk dat stimulerend en uitdagend is"



wat willen potentiële werknemers per socio-demografisch profiel.



mannen

45%

mannen vinden baanzekerheid belangrijker dan vrouwen dit vinden.

leeftijd 18 – 24

68%

werknemers van 18-24 jaar vinden een prettige werksfeer belangrijker dan werknemers ouder dan 24.

leeftijd 25 – 44

53%

werknemers van 25-44 jaar vinden een goede balans tussen werk en privé belangrijker dan werknemers jonger dan 25 of ouder dan 44.

leeftijd 45 – 64

39%

werknemers van 45-64 jaar vinden een financieel gezonde werkgever belangrijker dan werknemers jonger dan 45.

vrouwen

68%

vrouwen hechten meer waarde dan mannen aan een prettige werksfeer.

hoog opgeleid

56%

hoger opgeleide werknemers vinden interessant werk belangrijker dan middelbaar opgeleide werknemers dit vinden.

middelbaar opgeleid

66%

middelbaar opgeleide werknemers vinden een prettige werksfeer belangrijker dan hoger opgeleide werknemers dit vinden.

laag opgeleid

54%

laag opgeleide werknemers vinden baanzekerheid belangrijker dan middelbaar of hoger opgeleide werknemers dit vinden.

[klik hier](#) voor een uitsplitsing van socio-demografische kenmerken en trends van de laatste 5 jaar.

medewerker - werkgever vergelijking in nederland en de regio.

een hiaat tussen wat werknemers zoeken en wat werkgevers bieden is een waardevolle kans voor uw EVP.

werknemers in nederland zoeken

- 1 aantrekkelijk(e) salaris en arbeidsovereenkomsten
- 2 prettige werksfeer
- 3 goede balans tussen werk en privé
- 4 interessant werk
- 5 baanzekerheid
- 6 goede carrièremogelijkheden
- 7 financieel gezond
- 8 geeft terug aan de samenleving
- 9 goede reputatie
- 10 gebruikt nieuwste technologieën

werkgevers in nederland bieden

- 1 financieel gezond
- 2 gebruikt nieuwste technologieën
- 3 goede reputatie
- 4 goede carrièremogelijkheden
- 5 baanzekerheid
- 6 aantrekkelijk(e) salaris en arbeidsovereenkomsten
- 7 prettige werksfeer
- 8 goede balans tussen werk en privé
- 9 interessant werk
- 10 geeft terug aan de samenleving

werkgevers in EMEA bieden

- 1 financieel gezond
- 2 gebruikt nieuwste technologieën
- 3 goede reputatie
- 4 baanzekerheid
- 5 goede carrièremogelijkheden
- 6 interessant werk
- 7 aantrekkelijk(e) salaris en arbeidsovereenkomsten
- 8 prettige werksfeer
- 9 goede balans tussen werk en privé
- 10 geeft terug aan de samenleving

hiaat top 3

- 1 aantrekkelijk(e) salaris en arbeidsovereenkomsten
- 2 prettige werksfeer
- 3 balans tussen werk en privé



hoe zoeken nederlanders naar werk.



13%

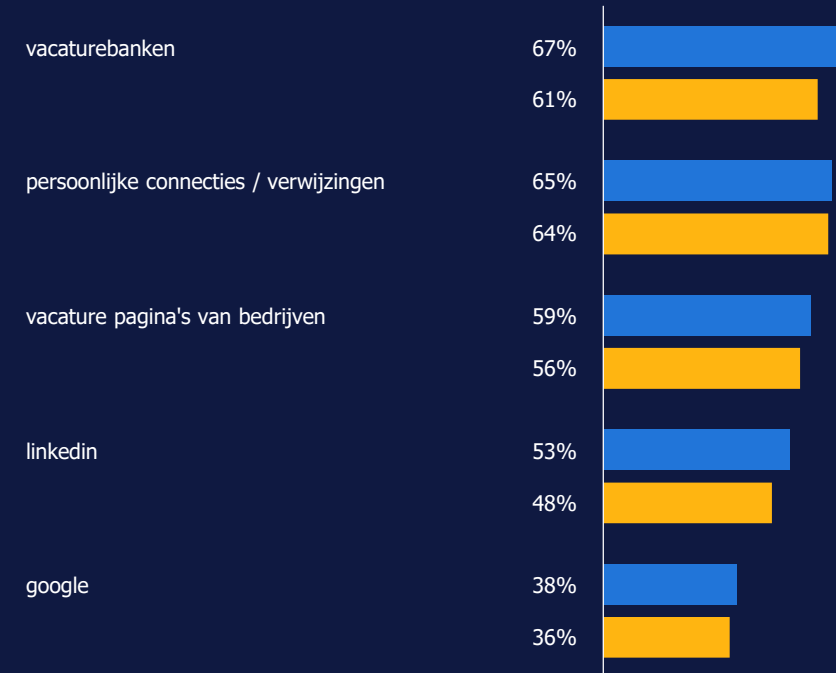
is in het afgelopen jaar van werkgever veranderd.



17%

is van plan om in het volgende jaar van werkgever te veranderen.

top 5 kanalen die gebruikt worden om naar banen te zoeken



● van plan om van werkgever te veranderen

● van werkgever veranderd



hoe zoeken nederlanders naar werk

kanalen die gebruikt worden om banen te zoeken, per socio-demografisch profiel.

mannen

45%

mannen gebruiken linkedin vaker dan vrouwen om een baan te zoeken.

leeftijd 18 – 24

48%

werknemers van 18-24 jaar gebruiken hun school/studie meer in de zoektocht naar werk dan werknemers ouder dan 24 dat doen.

leeftijd 25 – 44

60%

werknemers van 25-44 jaar gebruiken bij het zoeken naar een baan vaker persoonlijke connecties/verwijzingen dan werknemers van 18-25 en 44-65 jaar dat doen.

leeftijd 45 – 64

44%

werknemers in de leeftijd van 45-64 gebruiken vaker vacaturebanken dan werknemers van 18-24 jaar dat doen.

vrouwen

53%

vrouwen gebruiken vaker vacaturebanken dan mannen bij het zoeken naar werk.

hoog opgeleid

66%

hoger opgeleide werknemers maken vaker gebruik van persoonlijke connecties/verwijzingen bij het zoeken naar een baan dan laag en middelbaar opgeleide werknemers dat doen.

middelbaar opgeleid

49%

middelbaar opgeleide werknemers maken vaker gebruik van vacaturepagina's van bedrijven voor het zoeken naar een baan dan lager opgeleide werknemers.

laag opgeleid

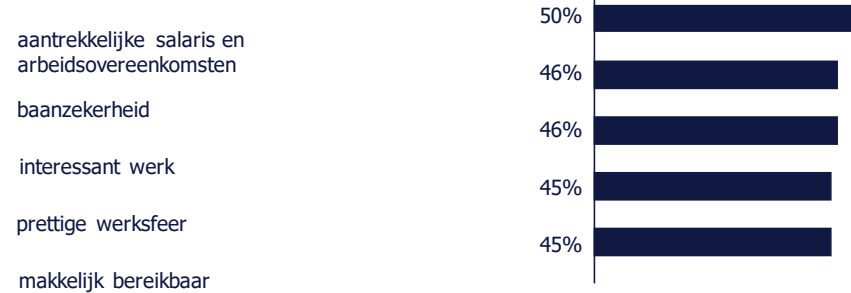
27%

laag opgeleide werknemers maken vaker gebruik van seminars voor het zoeken naar een baan dan hoger opgeleide werknemers.

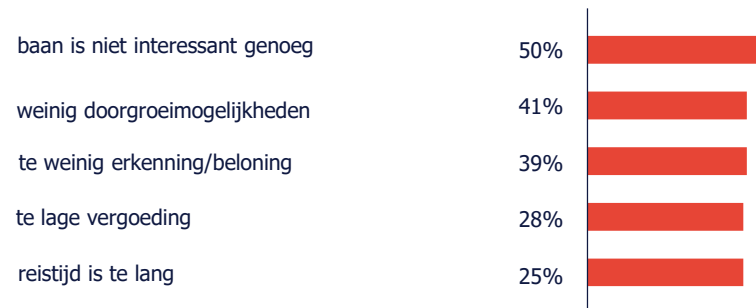


welke factoren zijn voor nederlanders doorslaggevend om te blijven of weg te gaan.

top 5 redenen om te blijven*



top 5 redenen om weg te gaan**



*gebaseerd op respondenten die hebben aangegeven gedurende het afgelopen jaar bij dezelfde werkgever te blijven en die niet van plan zijn om het komende jaar te vertrekken

** gebaseerd op respondenten die hebben aangegeven het afgelopen jaar van werkgever veranderd te zijn of die dat in het komende jaar gaan doen



waarom blijven nederlanders redenen om te blijven, per socio-demografisch profiel.

mannen

55%

mannen blijven eerder dan vrouwen bij hun huidige werkgever als het salaris en de arbeidsovereenkomsten aantrekkelijk zijn.

leeftijd 18 – 24

22%

werknemers in de leeftijd van 18-24 blijven eerder bij hun huidige werkgever dan werknemers ouder dan 24 als het bedrijf goede opleidingen biedt.

leeftijd 25 – 44

49%

werknemers in de leeftijd van 25-44 blijven eerder bij hun huidige werkgever dan werknemers jonger dan 25 of ouder dan 44, als het bedrijf inhoudelijk interessant werk biedt.

leeftijd 45 – 64

47%

werknemers in de leeftijd van 45-64 vinden een gunstige locatie van hun werk een belangrijkere reden om te blijven bij hun werkgever dan werknemers jonger dan 45 dat vinden.

vrouwen

48%

vrouwen blijven eerder bij hun huidige werkgever dan mannen als het bedrijf een gunstige ligging heeft en er een prettige werksfeer is.

hoog opgeleid

58%

hoog opgeleide werknemers hebben meer dan laag en middelbaar opgeleide werknemers de neiging om bij hun huidige werkgever te blijven als het werk inhoudelijk interessant is.

middelbaar opgeleid

49%

middelbaar opgeleide werknemers zouden eerder vanwege baanzekerheid op de lange termijn bij hun huidige werkgever blijven dan laag en hoog opgeleide werknemers.

laag opgeleid

18%

lager opgeleide werknemers zouden eerder vanwege een goede reputatie bij hun werkgever blijven dan middelbaar en hoger opgeleide werknemers.

waarom verlaten nederlanders hun werkgever redenen om weg te gaan, per socio-demografisch profiel.

mannen

32%

mannen verlaten eerder hun werkgever vanwege een te laag salaris (vergeleken met andere bedrijven) dan vrouwen dat doen.

leeftijd 18 – 24

35%

werknemers van 18-24 jaar verlaten eerder dan werknemers ouder dan 24 jaar hun huidige werkgever vanwege een te laag salaris (vergeleken met andere bedrijven).

leeftijd 25 – 44

51%

werknemers van 25-44 jaar verlaten hun huidige werkgever eerder dan werknemers ouder dan 44 jaar, omdat hun werk niet uitdagend is.

leeftijd 45 – 64

21%

werknemers van 45-64 verlaten hun huidige werknemer eerder dan werknemers jonger dan 45 vanwege het ontbreken van financiële stabiliteit van de werkgever.

vrouwen

52%

vrouwen verlaten eerder hun werkgever vanwege onvoldoende uitdaging in hun werk dan mannen dat doen.

hoog opgeleid

54%

hoog opgeleide werknemers verlaten eerder hun huidige werkgever vanwege een gebrek aan uitdaging in hun werk, dan lager en middelbaar opgeleide werknemers dat doen.

middelbaar opgeleid

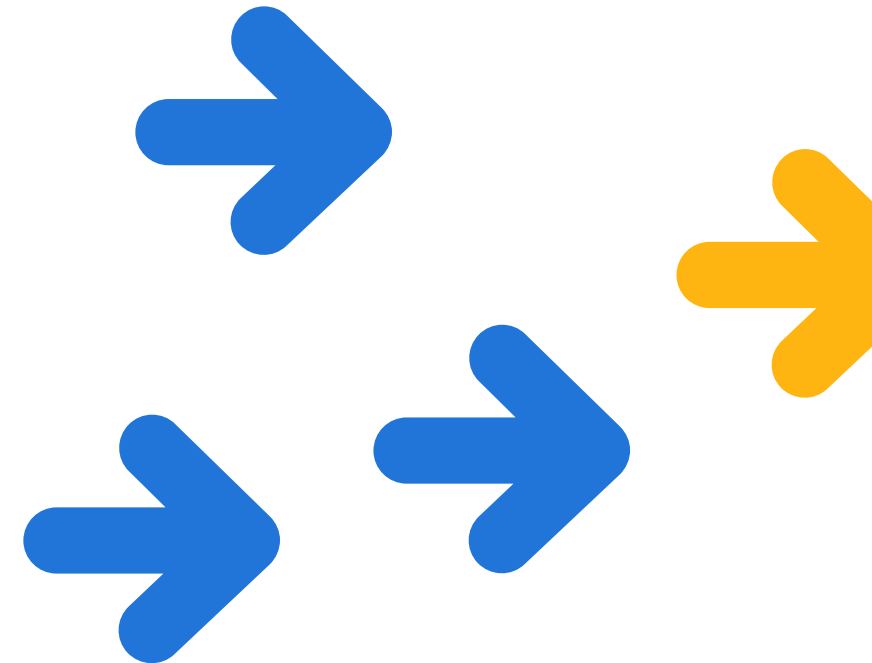
21%

middelbaar opgeleide werknemers verlaten eerder hun huidige werkgever dan laag opgeleide werknemers, omdat zij problemen ervaren met het vinden van een goede balans tussen werk en privé.

laag opgeleid

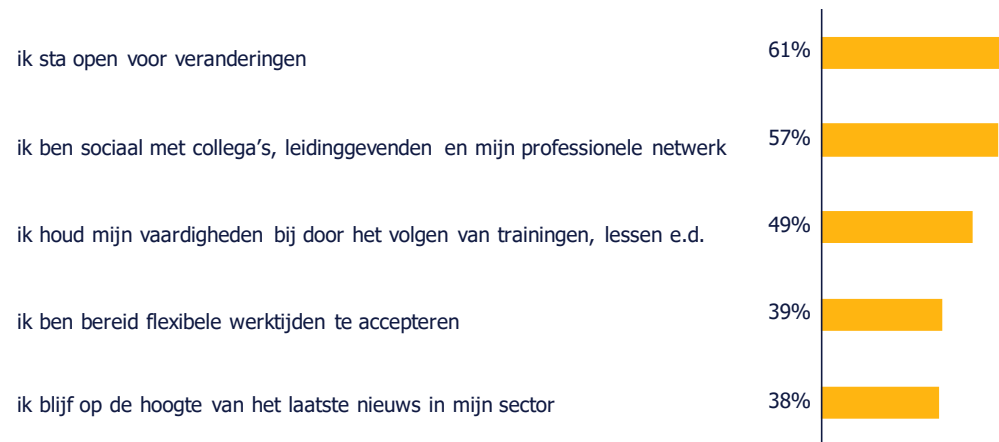
45%

laag opgeleide werknemers verlaten eerder hun huidige werkgever vanwege een gebrek aan erkenning/beloningen dan hoog opgeleide werknemers.



maatregelen die nederlanders treffen om arbeidsbekwaam te blijven.

top 5



maatregelen die nederlanders nemen om arbeidsbekwaam te blijven hoe werknemers betrokken blijven, per socio-demografisch profiel.



mannen

41%

mannen blijven eerder op de hoogte van het nieuws binnen hun sector dan vrouwen.

leeftijd 18 – 24

40%

werknemers van 18-24 jaar zijn iets meer bereid om flexibele werktijden te accepteren dan werknemers van 45-65 jaar.

leeftijd 25 – 44

52%

werknemers van 25-44 jaar zullen naar alle waarschijnlijkheid hun vaardigheden up to date houden door het volgen van trainingen, cursussen etc.

leeftijd 45 – 64

58%

werknemers in de leeftijd van 45-64 staan net iets meer dan werknemers in de leeftijd van 18-24 open voor veranderingen en gaan hier net iets flexibeler mee om.

vrouwen

59%

vrouwen hebben eerder de neiging dan mannen om met collega's, leidinggevenden en hun professionele netwerk om te gaan.

hoog opgeleid

63%

hoog opgeleide werknemers hebben eerder dan lager of middelbaar opgeleide werknemers de neiging om met collega's, leidinggevenden en hun professionele netwerk om te gaan.

middelbaar opgeleid

59%

middelbaar opgeleide werknemers hebben eerder de neiging om open te staan voor verandering en hier flexibel mee om te gaan, dan laag opgeleide werknemers.

laag opgeleid

19%

laag opgeleide werknemers zullen het minst snel maatregelen nemen om arbeidsbekwaam te blijven.

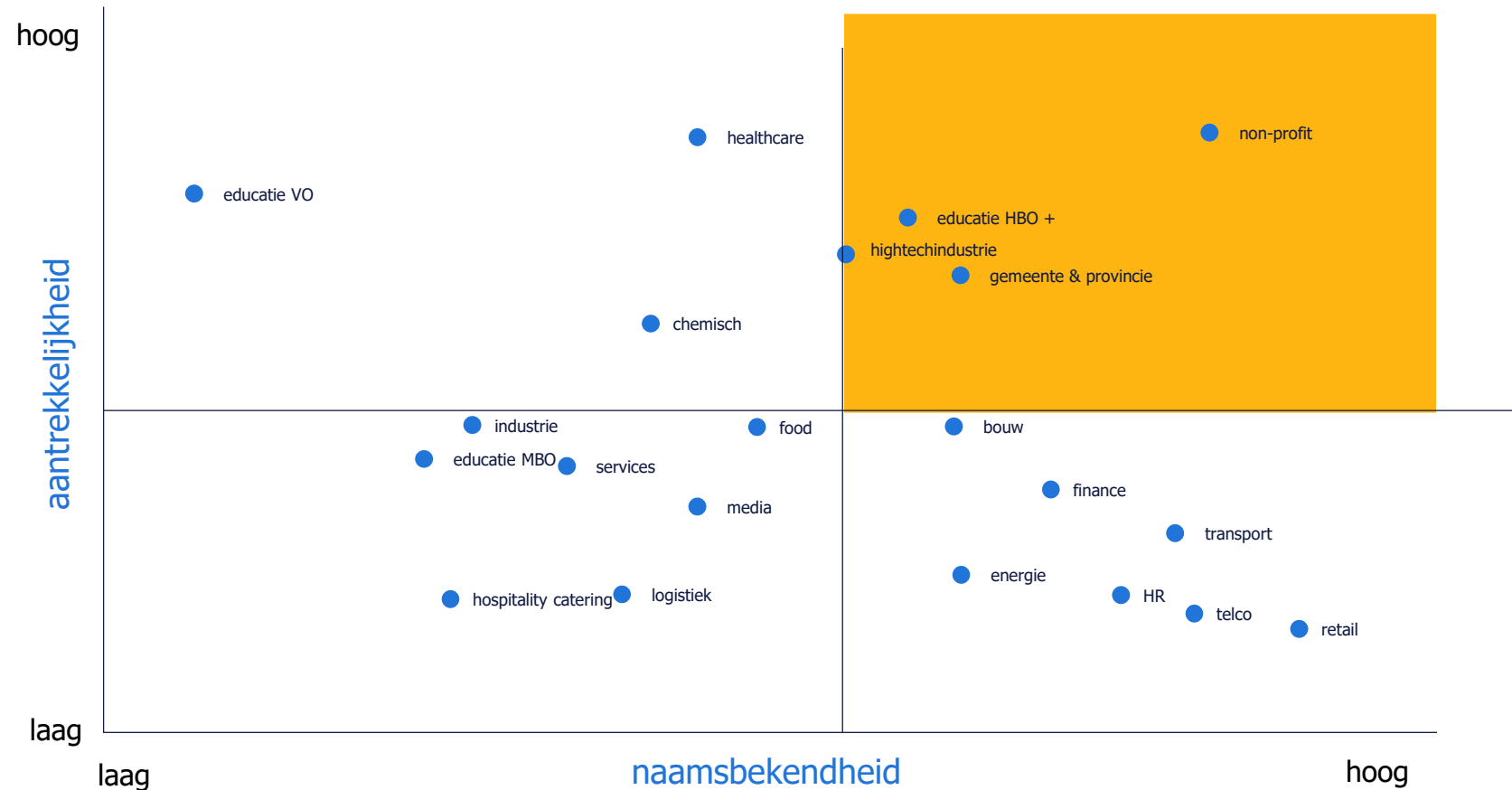
sector



inzichten.



top sectoren in nederland naar naamsbekendheid en aantrekkelijkheid.



hoge naamsbekendheid
een hoge naamsbekendheid betekent dat werkgevers in de sector alom bekend zijn.

hoge aantrekkelijkheid
in een sector met een hoge aantrekkelijkheid zitten meer zeer aantrekkelijke bedrijven dan in andere sectoren.

top 3 sectoren in nederland per EVP driver.

EVP driver	1	2	3
aantrekkelijk salaris	chemisch	hightechindustrie	non-profit
carrièremogelijkheden	chemisch	non-profit	hightechindustrie
financieel gezond	non-profit	chemisch	finance
geeft terug aan de samenleving	gemeente & provincie	educatie HBO +	non-profit
interessant werk	educatie HBO +	non-profit	healthcare
baanzekerheid	non-profit	gemeente & provincie	educatie HBO +
prettige werksfeer	educatie HBO +	educatie VO	healthcare
gebruikt nieuwste technologieën	hightechindustrie	chemisch	telco
goede reputatie	educatie HBO +	hightechindustrie	healthcare
balans tussen werk en privé	gemeente & provincie	non-profit	educatie HBO +

sectoren in nederland scoren het beste op deze 3 EVP drivers.

1/2

sector	top 3 EVP drivers		
	1	2	3
01 non-profit	financieel gezond	baanzekerheid	carrière mogelijkheden
02 healthcare	gebruikt nieuwste technologieën	goede reputatie	baanzekerheid
03 educatie VO	baanzekerheid	financieel gezond	interessant werk
04 educatie HBO +	financieel gezond	goede reputatie	baanzekerheid
05 hightechindustrie	gebruikt nieuwste technologieën	financieel gezond	goede reputatie
06 gemeente & provincie	baanzekerheid	financieel gezond	balans tussen werk en privé
07 chemisch	financieel gezond	gebruikt nieuwste technologieën	carrière mogelijkheden
08 industrie	gebruikt nieuwste technologieën	financieel gezond	goede reputatie
09 bouw	gebruikt nieuwste technologieën	financieel gezond	carrière mogelijkheden
10 food	financieel gezond	gebruikt nieuwste technologieën	goede reputatie

sectoren in nederland scoren het beste op deze 3 EVP drivers.

2/2

sector	top 3 EVP drivers		
	1	2	3
11 educatie MBO	baanzekerheid	financieel gezond	balans tussen werk en privé
12 services	financieel gezond	gebruikt nieuwste technologieën	goede reputatie
13 finance	financieel gezond	carrière mogelijkheden	goede reputatie
14 media	financieel gezond	gebruikt nieuwste technologieën	goede reputatie
15 transport	financieel gezond	gebruikt nieuwste technologieën	baanzekerheid
16 energie	financieel gezond	gebruikt nieuwste technologieën	baanzekerheid
17 logistiek	financieel gezond	gebruikt nieuwste technologieën	goede reputatie
18 HR	financieel gezond	goede reputatie	carrière mogelijkheden
19 hospitality catering	financieel gezond	goede reputatie	prettige werksfeer
20 telco	financieel gezond	gebruikt nieuwste technologieën	carrière mogelijkheden
21 retail	financieel gezond	goede reputatie	prettige werksfeer

top



werkgevers.

top werkgevers in nederland.

top 10 werkgevers 2018 – private sector

- 01 Luchthaven Schiphol
- 02 KLM
- 03 ANWB
- 04 Royal Hashkoning DHV
- 05 ASML
- 06 NXP
- 07 Sanquin
- 08 Heineken
- 09 Sabic
- 10 APG Algemene Pensioen Groep

top 10 werkgevers 2017 – private sector

- 01 Phillips
- 02 KLM
- 03 Luchthaven Schiphol
- 04 ANWB
- 05 Bol.com
- 06 Heineken
- 07 Sabic
- 08 IKEA
- 09 Siemens
- 10 Unilever

top werkgevers in nederland.

top 10 werkgevers 2018 – publieke sector

- 01 Erasmus Medisch Centrum Rotterdam
 - 02 Ministerie van Veiligheid en Justitie
 - 03 TNO
 - 04 Maxima Medisch Centrum
 - 05 Rijkswaterstaat
 - 06 Antonius Ziekenhuis Utrecht-Nieuwegein
 - 07 RIVM
 - 08 UMC Utrecht
 - 09 Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties
 - 10 Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport
-

top 10 werkgevers 2017 – publieke sector

- 01 Maxima Medisch Centrum
 - 02 Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport
 - 03 UMC Radboud Nijmegen
 - 04 RIVM
 - 05 Ministerie van Veiligheid en Justitie
 - 06 Erasmus Medisch Centrum Rotterdam
 - 07 TNO
 - 08 Antonius Ziekenhuis Utrecht-Nieuwegein
 - 09 Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties
 - 10 LUMC
-

top bedrijven in nederland – private sector

top 3 EVP-drivers voor de top 5 bedrijven.

	top 3 EVP-drivers		
top 5 bedrijven	1	2	3
1 Luchthaven Schiphol	financiële gezondheid	gebruikt de nieuwste technologie	interessant werk
2 KLM	gebruikt de nieuwste technologie	goede reputatie	financiële gezondheid
3 ANWB	financiële gezondheid	goede reputatie	baanzekerheid
4 Royal Haskoning DHV	gebruikt de nieuwste technologie	financiële gezondheid	voortgang in carrière
5 ASML	gebruikt de nieuwste technologie	financiële gezondheid	voortgang in carrière

top bedrijven in nederland – publieke sector

top 3 EVP-drivers voor de top 5 bedrijven.

	top 3 EVP-drivers		
top 5 bedrijven	1	2	3
1 Erasmus MC Rotterdam	gebruikt de nieuwste technologie	goede reputatie	interessant werk
2 Ministerie van Veiligheid en Justitie	financiële gezondheid	baanzekerheid	voortgang in carrière
3 TNO	gebruikt de nieuwste technologie	goede reputatie	financiële gezondheid
4 Maxima Medisch Centrum	gebruikt de nieuwste technologie	goede reputatie	interessant werk
5 Rijkswaterstaat	financiële gezondheid	baanzekerheid	geeft terug aan de samenleving/het milieu

hall of fame



top werkgevers hall of fame.

De hall of fame van het Randstad employer brand onderzoek eert het realiseren van uitstekende employer branding onder de 150 grootste werkgevers van een land. Werkgevers die herhaaldelijk in een land als het sterkste employer brand uit de bus komen, worden toegelaten tot deze hall of fame. Het is welbeschouwd de grootste eer die een werkgever kan krijgen omdat deze dan te boek wordt gesteld als behorend tot een uitzonderlijke categorie van zeer aantrekkelijke werkgevers.

Een employer brand mag de hall of fame van een land pas betreden wanneer het binnen een aaneengesloten periode van vijf jaar tot drie keer toe employer brand van het jaar is geworden. Het maakt dan vervolgens twee jaar* deel uit van deze hall of fame, gedurende welke periode het niet kan meedingen naar de titel employer brand van het jaar. In die periode zal het overigens wél in het onderzoek worden opgenomen. Toegelaten worden tot de hall of fame maakt het voor andere werkgevers mogelijk om employer brand van het jaar te worden.

In Nederland heeft **Philips** in 2018 de hall of fame betreden en zal daar t/m 2019 aanwezig blijven.

Philips wereldwijd een van de twaalf meest aantrekkelijke werkgevers

Philips is als een van de twaalf meest aantrekkelijke werkgevers ter wereld toegenomen tot de internationale 'Hall of Fame' van Randstad. De afgelopen vijf jaar is Philips driemaal door Randstad uitgeroepen als de 'Beste Werkgever van Nederland', dankzij consistent uitzonderlijk hoge scores op onder andere 'reputatie', 'doorgroeimogelijkheden', 'prettige werksfeer', 'work-life balance' en 'innovatie'. Het gezondheidstechnologiebedrijf voegt zich daarmee bij de twaalf sterkste werkgeversmerken ter wereld, waaronder Audi, Google, IKEA, en Microsoft.

Suzanne Verzijden, Head of HR Philips Benelux:

"Als gezondheidstechnologie bedrijf zijn we iedere dag bezig om de levens van miljoenen mensen wereldwijd te verbeteren. Dit is een belangrijke reden dat men bij Philips wil werken. Daarnaast werken we multidisciplinair en internationaal, dat biedt ons talent de kans op uitdagende, diverse carrières. Ik ben trots op het feit dat de combinatie van onze prettige werksfeer, de groeimogelijkheden en focus op innovatie ervoor zorgt dat Philips geldt als een van de meest aantrekkelijke werkgevers ter wereld."

Marjolein ten Hoonte, directeur Arbeidsmarkt en MVO Randstad:

"Philips scoort in ons onderzoek al jaren consistent uitzonderlijk hoog op de belangrijkste criteria voor een aantrekkelijke werkgever. Als eerste Nederlandse merk treden zij nu toe tot onze 'Hall of Fame'. Een mooie prestatie en een verdiende beloning voor het arbeidsmarktbeleid dat het bedrijf voert."

* Twee jaar voor niet-aaneengesloten overwinningen, drie jaar voor aaneengesloten overwinningen

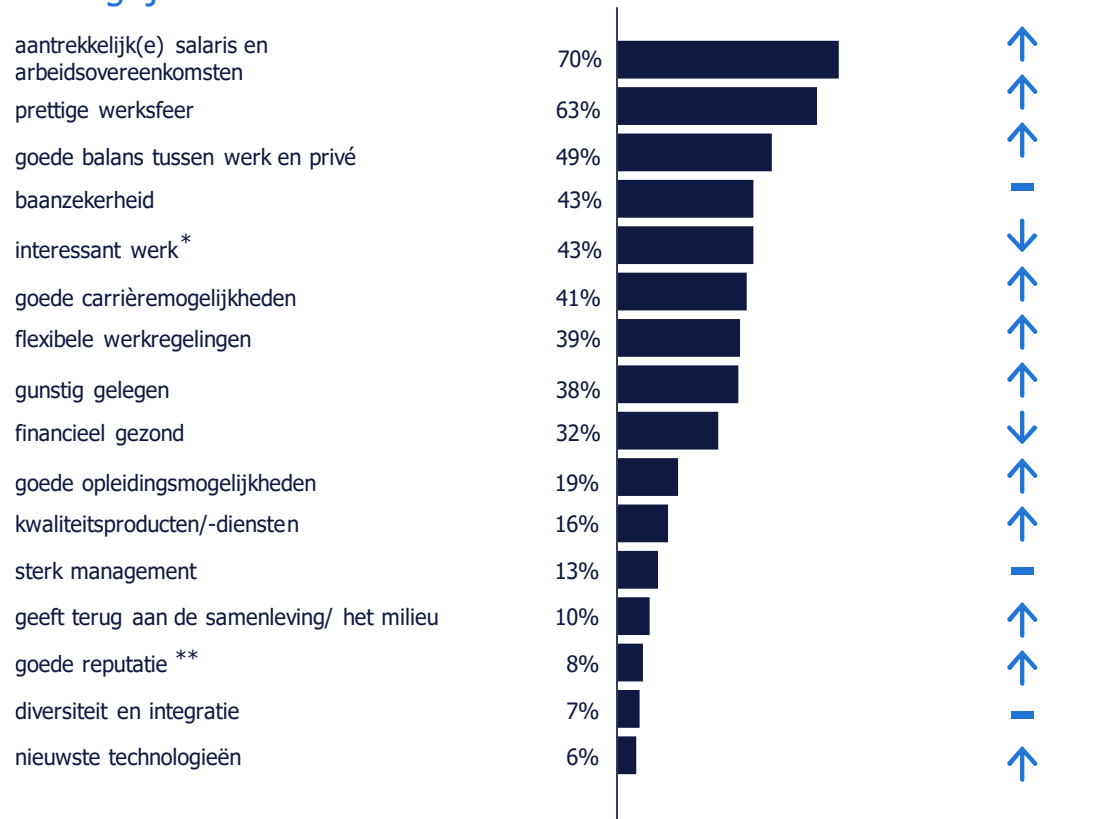
deep dive

bijlage 1

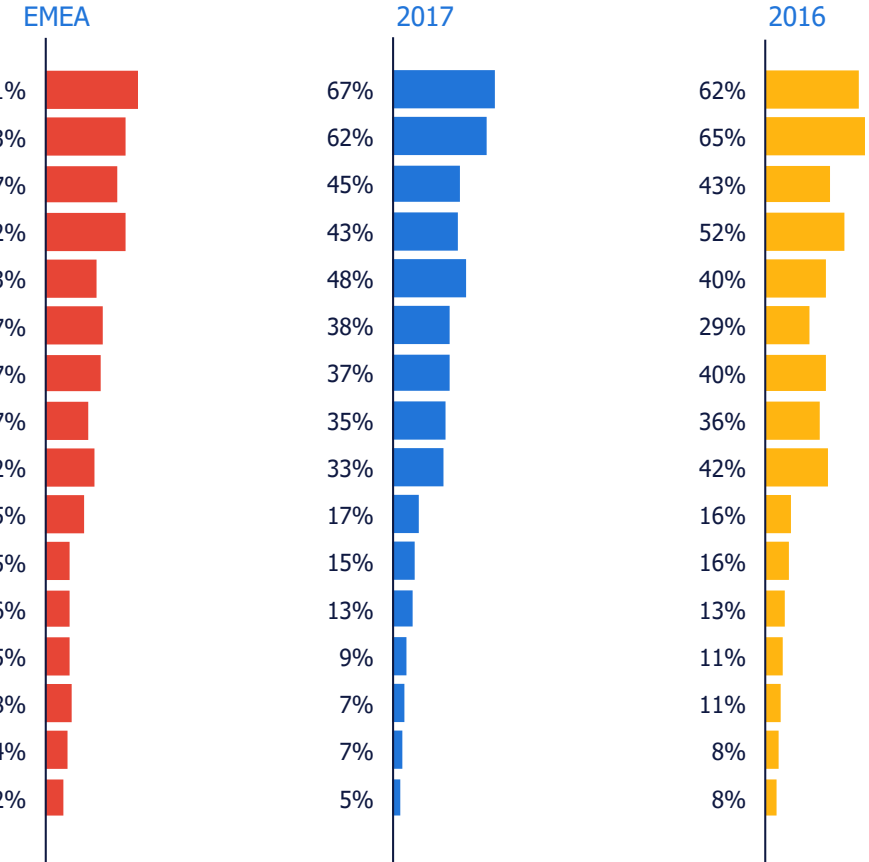


wat potentiële werknemers willen de belangrijkste criteria bij het kiezen van een werkgever.

belangrijke criteria



Het benadrukken van deze elementen of verbeteren is cruciaal voor uw EVP, omdat ze het meeste bijdragen aan de kracht van uw employer brand.



*2017: werk dat stimulerend en uitdagend is/**vorige jaren: sterk imago/sterke waarden



methodologie

bijlage 2



methodologie

waarom smart sampling?

In het verleden zijn bedrijven door 140 tot 1400 respondenten beoordeeld. Na het analyseren van de data en de foutmarges, is geconcludeerd dat een grote steekproef niet noodzakelijk is, omdat voldoende betrouwbare data ook op een wat kleinere schaal verkregen kan worden. Daarom worden bedrijven sinds REBR 2017 beoordeeld door minimaal 140 en maximaal 400 respondenten. Het daadwerkelijke aantal evaluaties per bedrijf hangt af van de naamsbekendheid van het bedrijf.

De foutmarge wordt bepaald door het percentage respondenten dat een bepaald antwoord geeft en de steekproef grootte waarop de vraag gesteld wordt. De hoogste foutmarge treedt op als 50% van de respondenten een bepaald antwoord geeft. De foutmarge is lager als bijvoorbeeld 30% (of 70%) van de respondenten een bepaald antwoord geeft.

voorbeeld

140 respondenten hebben bedrijf X geëvalueerd. Hiervan vindt 50% het prettig om voor het bedrijf te werken. Rekening houdend met de foutmarge $n=140/50\%$, ligt het werkelijke antwoord tussen de 42% en 58%.

400 respondenten hebben bedrijf Y geëvalueerd. Hiervan vindt 50% het bedrijf prettig om voor te werken. Rekening houdend met de foutmarge $n=400/50\%$, ligt het werkelijke antwoord tussen de 45% en 55%.

1200 respondenten hebben bedrijf Z geëvalueerd. Hiervan vindt 50% het prettig om voor het bedrijf te werken. Rekening houdend met de foutmarge $n=1200/50\%$, ligt het werkelijke antwoord tussen de 47% en 53%.

Het verschil in foutmarge tussen $n=1200$ en $n=400$ evaluaties per bedrijf is dus erg klein (hooguit 5% marge vs 3% marge). Er kan dus geconcludeerd worden dat maximaal 400 evaluaties per bedrijf voldoende is om op betrouwbare wijze de aantrekkelijkheid per bedrijf vast te stellen.

In de praktijk betekent dit dat elk bedrijf met een naamsbekendheid van meer dan 35% maximaal 400 respondenten heeft die het bedrijf evalueren. Bedrijven met een naamsbekendheid van minder dan 35% worden geëvalueerd door 140 tot 400 respondenten (afhankelijk van de naamsbekendheid).



randstad

human forward.

