

randstad employer brand research 2018

# onderzoek naar de kwaliteit van de employer brand van de grootste Belgische bedrijven

voor het eerst met studie  
van de grote Belgische  
lokale besturen



randstad  
employer brand  
research

# inhoud

- 4 belang van een sterke employer brand
- 5 randstad employer brand research ...
  - 5 hoe onderscheidt het randstad employer brand research zich van onderzoeken die op het eerste gezicht vergelijkbaar zijn?
  - 6 wat mag u verwachten?
- 7 aanpak
  - 8 de respondenten
- 9 resultaten
  - 9 instrumentele criteria die de aantrekkelijkheid van een bedrijf als werkgever bepalen
  - 10 resultaten subgroepen
  - 10 welke criteria zijn belangrijk om bij een werkgever te blijven?
- 12 welke sectoren zijn de meest aantrekkelijke werkgevers?
  - 12 farma heel nipt opnieuw meest aantrekkelijke sector
  - 13 waarom zijn de privésectoren (on)aantrekkelijk?
  - 15 aantrekkelijkheid van de privésectoren volgens de subgroepen
- 16 voor welke criteria van een employer brand scoren privébedrijven het best?
  - 17 hoe aantrekkelijk zijn de lokale besturen?
  - 17 waarom zijn de lokale besturen aantrekkelijk?
  - 18 aantrekkelijkheid van de lokale besturen volgens de subgroepen.
- 19 welke bedrijven zijn de meest aantrekkelijke werkgevers?
- 20 relatieve aantrekkelijkheid van privéwerkgevers
  - 22 waarom is Janssen Pharmaceutica de meest aantrekkelijke werkgever?
  - 24 absolute aantrekkelijkheid van privéwerkgevers
- 25 welke lokale besturen zijn de meest aantrekkelijke werkgevers?
  - 26 de relatieve aantrekkelijkheid van de lokale besturen.
  - 27 waarom zijn Namen en Gent de meest aantrekkelijke werkgevers bij de lokale besturen?
- 29 hoe verhouden lokale besturen zich tot social profit en de publieke sector?
- 32 belangrijkste conclusies
- 34 bijlagen

# belang van een sterke employer brand.



Als grootste hr-dienstverlener in België ervaart Randstad dagelijks hoe belangrijk een sterke employer brand is. Dankzij een sterk werkgeversmerk trekken bedrijven niet alleen gemakkelijker mensen aan. Ze behouden ze ook langer. Bovendien heeft een sterke employer brand een positieve invloed op de betrokkenheid van de werknemers. Die identificeren zich namelijk gemakkelijker met een bedrijf dat een sterk werkgeversimago heeft en zijn dan ook sneller geneigd om extra inspanningen te leveren voor hun werkgever.

Een employer brand ontwikkelen is een werk van lange adem. Een goede naam en faam opbouwen kost jaren. Het is dan ook geen goed idee om alleen aan je identiteit en imago als werkgever te werken wanneer het jouw bedrijf voor de wind gaat. Integendeel: een goed onderhouden werkgeversimago dient als buffer en biedt je onderneming een competitief voordeel op de arbeidsmarkt. In goede én slechte tijden.

De manier waarop potentiële werknemers naar een bedrijf kijken, hangt niet af van enkele toevalligheden. Een lovend krantenartikel of een hippe, inspirerende CEO zijn mooi meegenomen, maar het beeld dat de arbeidsmarkt van je onderneming heeft, is grotendeels gebaseerd op feitelijke en duurzame ontwikkelingen in het bedrijf. Communicatie speelt uiteraard een rol, maar de opinie van het grote publiek wordt in de eerste plaats beïnvloed door de feiten, handelingen en initiatieven van een bedrijf. Met andere woorden: door de manier waarop de onderneming doet wat ze doet. Elk bedrijf heeft dus, binnen bepaalde grenzen, invloed op zijn employer brand.

Randstad wil bedrijven helpen om hun employer brand te verbeteren. Daarom onderzoeken we elk jaar - en dit jaar al voor de 18-de keer - de aantrekkelijkheid van de grootste werkgevers in België. Het Randstad Employer Brand Research en de bijbehorende Randstad Award zijn uitgegroeid tot een vaste waarde op de arbeidsmarkt. Bedrijven beseffen hoe langer hoe meer dat talent aantrekken en behouden in de 21<sup>ste</sup> eeuw niet kan zonder een sterke employer brand.

## randstad employer brand research ...

### hoe onderscheidt het randstad employer brand research zich van onderzoeken die op het eerste gezicht vergelijkbaar zijn?

We kunnen het bestaand employer brand-onderzoek onderverdelen in meerdere categorieën. Er zijn onderzoeken, zoals dit onderzoek, die zich concentreren op [het imago](#) van bedrijven als werkgever. De respondenten zijn externen. Ander onderzoek peilt naar de identiteit van werkgevers. Daar zijn het (ex-) werknemers die worden bevroegd. Er is ook heel wat onderscheid in de manier waarop de data verzameld worden. Bepaald onderzoek maakt gebruik van big data die continu worden ingezameld. Ander onderzoek (zoals dat van Randstad) maakt dan weer gebruik van panels die periodiek (meestal jaarlijks) worden bevroegd. Tenslotte baseert het meeste

onderzoek (ook dit onderzoek van Randstad) zich op de mening van de respondenten. LinkedIn verzamelt en gebruikt daarentegen ook gegevens rond feitelijk gedrag, zoals bijvoorbeeld de effectieve respons op vacatures.

Samengevat: het employer brand-onderzoek van Randstad bestudeert het imago van een bedrijf aan de hand van een periodieke panelbevroeging die peilt naar de mening van respondenten.

De volgende figuur brengt de verschillende vormen van onderzoek in kaart.

	BIG DATA	PANEL
<b>IDENTITEIT ((EX)-WERKNEMER(S))</b>	Glassdoor (opinie)	<b>STEEKPROEF</b> Great place to work (opinie + externe jury)
<b>IMAGO (EXTERNEN)</b>	LinkedIn (feitelijk gedrag)	Randstad (opinie) Universum (opinie)

De figuur maakt meteen duidelijk dat de verschillende onderzoeken behoorlijk complementair zijn. Het is voor bedrijven dan ook zeker de moeite waard om meerdere bronnen te raadplegen. Sowieso levert geen enkele bron op dit ogenblik een totaalbeeld op van de employer brand.

Met het situeren van het Randstad-onderzoek binnen al het bestaande employer brand-onderzoek is het

unieke karakter ervan nog niet helemaal geschetst. Er zijn nog twee extra troeven die moeten worden benadrukt.

Vooreerst is er de [transparantie](#). De employer brand-score in het Randstad-onderzoek is het aandeel respondenten (afgezet tegenover degenen die het bedrijf kennen als werkgever) die een score van vier of vijf geven op de vraag 'Zou u voor deze werkgever

willen werken? Eén staat voor helemaal niet en vijf voor heel graag. Deze indicator laat aan duidelijkheid niets te wensen over.

Bij heel wat ander onderzoek wordt geen score bekendgemaakt. Meestal is dit het gevolg van het feit dat deze scores een samenstelling zijn van meerdere factoren en als dusdanig minder gemakkelijk interpreteerbaar worden. Zo baseert LinkedIn zijn score op vier verschillende variabelen : hoe bekend zijn bedrijven?, hoeveel interactie genereert bedrijfscontent?, hoeveel respons krijgen vacatures? en hoelang blijven aangeworven werknemers?. Bij Great Place to Work gaat het om de combinatie van de scores van de huidige werknemers met de scores van een externe jury. Ook deze samengestelde scores worden niet publiek gemaakt tenzij aan de betrokken bedrijven zelf.

Daarnaast is ook de [representativiteit](#) van het Randstad-onderzoek een grote troef. Randstad onderzoekt alle grote privébedrijven in een land. De definitie van 'groot' verschilt wel van land tot land. Hoe groter het land hoe groter in principe de kritische grens om meegenomen te worden. Ook Glassdoor, LinkedIn en Universum kunnen in hun onderzoek een dergelijke representativiteit claimen. Great Place to Work helemaal niet. In dat onderzoek moeten bedrijven zichzelf aanmelden om (tegen betaling) meegenomen te worden in het onderzoek. Het staal bedrijven dat jaarlijks wordt onderzocht is zeker niet representatief voor alle bedrijven. Het Great Place to Work-onderzoek is vooral belangrijk voor de deelnemende bedrijven zelf.

Wat de representativiteit qua respondenten betreft, is het Randstad-onderzoek bovendien zonder twijfel koploper. De respondenten zijn een afspiegeling van de bevolking tussen 18 en 65 jaar.

## wat mag u verwachten?

In dit rapport vindt u het antwoord op de volgende vragen:

- op basis van welke criteria kiezen mensen een werkgever?
- op basis van welke criteria beslissen mensen bij een werkgever te blijven?
- in welke sectoren vinden we de meest aantrekkelijke werkgevers en waarom?
- welke bedrijven zijn de meest aantrekkelijke werkgevers en waarom?
- welke grote steden zijn de meest aantrekkelijke werkgevers en waarom?
- hoe verhouden die steden zich als geheel ten opzichte van de verschillende private sectoren?
- hoe verhouden die steden zich als geheel ten opzichte van de publieke sector en de social profit?

Dat is niet het geval bij de andere aanbieders. Zo beperkt Universum zijn respondenten tot laatstejaars Masters. Ook Glassdoor en LinkedIn claimen geen representativiteit. Bij Glassdoor is er voorlopig te weinig zicht op de groep die spontaan een review van zijn (ex-) werkgever plaatst. Dat geldt vooral voor de ex-werknemers van een bedrijf. Het is zeer redelijk om aan te nemen dat de groep die zich geroepen voelt een review van de ex-werkgever te posten niet representatief is voor alle werknemers die het bedrijf verlaten. Het is ook niet duidelijk hoe Glassdoor optreedt tegen frauduleuze praktijken waarbij bedrijven zelf actief eigen werknemers aanmoedigen om reviews te posten. LinkedIn is dan weer vooral sterk gepositioneerd aan de bovenkant van de arbeidsmarkt. Dit betekent dat de hooggeschoolden oververtegenwoordigd zijn bij de respondenten. Ook bij Glassdoor is dit het geval. Inzake globale representativiteit aan de aanbod- en aan de vraagzijde is het Randstad-onderzoek dus uniek.

Conclusie: het Randstad Employer Brand Research heeft meerdere unieke troeven en verdient een prominente plaats in het globale employer brand-onderzoek. Dit neemt niet weg dat andere onderzoeken complementaire info kunnen aanreiken, bijvoorbeeld over de identiteit van de employer brand.

In dit onderzoek komen, zoals steeds, alle grote privéwerkgevers met meer dan 1.000 werknemers aan bod. Alle grote bedrijven die in België actief zijn, worden opgenomen in de studie.

Dit jaar gaat het om 179 bedrijven. Daarnaast werden ook 26 grote steden bevestigd. 13 in Vlaanderen, 12 in Wallonië en Brussel.

We wensen u veel leesplezier.

## aanpak.



Tijdens de maanden december 2017 en januari 2018 verzamelde Randstad, in samenwerking met TNS voor de 18-de keer op rij de mening van 11.000 respondenten (studenten, werknemers, werkzoekenden, huismannen en -vrouwen, ...) tussen 18 en 65 jaar. Net zoals de voorbije zeven jaar vulden de respondenten de vragenlijst online in. Randstad vroeg hen om hun mening te geven over de aantrekkelijkheid van de employer brands van de belangrijkste werkgevers in België. Op basis van een aantal selectiecriteria kwamen hiervoor 179 privébedrijven uit de private sector in aanmerking. Het gaat om ondernemingen die op het Belgisch grondgebied actief zijn en meer dan 1.000 mensen tewerkstellen onder éénzelfde naam (of een deel van een naam). Als bijlage vindt u de lijst van de werkgevers die voor dit onderzoek weerhouden werden.

Deze studie heeft twee doelen.

Ten eerste willen we achterhalen welke bedrijven beschouwd worden als de meest aantrekkelijke werkgevers in België. Daartoe vragen we aan de respondenten om voor die bedrijven die ze kennen, aan te geven of ze er al dan niet graag zouden werken. Op die manier krijgen we een beeld van de globale aantrekkelijkheid van een bedrijf als werkgever.

Ten tweede focust deze studie op wat deze bedrijven nu net aantrekkelijk maakt. Heeft het te maken met de aantrekkelijke lonen of is de fijne werksfeer doorslaggevend? In de praktijk gaat het altijd om een mix van factoren. We noemen deze de drivers of de criteria van een employer brand. We onderscheiden er 16. Eerst gaan we na hoe zwaar deze 16 drivers of criteria in het algemeen doorwegen bij een keuze voor een werkgever.

- aantrekkelijk loon & voordelen
- werkzekerheid
- financiële gezondheid
- prettige werksfeer
- interessante jobinhoud
- toekomstperspectieven
- goede opleidingen
- sterk management & leiderschap
- goede balans tussen werk/privé
- flexibele werkregelingen
- locatie van het bedrijf
- aandacht voor milieu & samenleving (CSR)
- bevordert diversiteit & inclusie
- kwaliteitsvolle producten/diensten
- goede reputatie
- nieuwste technologieën

In de rest van de tekst gebruiken we waar mogelijk de verkorte benamingen van deze criteria. In vergelijking met de vorige jaargang werden de drivers stimulerend en uitdagend werk en bevordert ondernemende manier werken opnieuw vervangen door één driver: interessante jobinhoud. Daarnaast werd de driver internationale loopbaanmogelijkheden niet meer weerhouden in de lijst.

Daarnaast scoren de respondenten voor elk van de weerhouden bedrijven nog eens 10 van deze 16 drivers afzonderlijk .

- toekomstperspectieven
- werksfeer
- werkzekerheid
- financiële gezondheid
- interessante jobinhoud
- goede reputatie
- nieuwste technologieën
- balans werk-privé
- aandacht voor milieu en samenleving (CSR)
- aantrekkelijk loon en voordelen

In vergelijking met de vorige jaargang werd de driver aantrekkelijk loon en voordelen opnieuw toegevoegd.

Op die manier komen bedrijven niet alleen te weten hoe aantrekkelijk ze zijn als werkgever, maar ook waarom.

## de respondenten.

De verdeling van de respondenten volgens achtergrondkenmerken is als volgt:

geslacht	man	49 %
	vrouw	51 %
taal	Franstalig	43 %
	Nederlandstalig	57 %
leeftijd	18-24 jaar	21 %
	25-44 jaar	43 %
	45-65 jaar	36 %
opleidingsniveau	lager onderwijs	6 %
	middelbaar	49 %
	hoger	45 %





## resultaten.

### instrumentele criteria die de aantrekkelijkheid van een bedrijf als werkgever bepalen.

Wat maakt een bedrijf aantrekkelijk in de ogen van de buitenwereld? Op basis van welke criteria beslist iemand of hij al dan niet voor een bedrijf wil werken?

Om dit te achterhalen, gaan we dieper in op de drivers van een employer brand. In het verleden stelden we vast dat het belang van die verschillende criteria van een employer brand al bij al heel stabiel blijft. Wel treden er in de loop van de jaren soms veranderingen op. Die beperkte wijzigingen hebben meestal te maken met de conjunctuur. Zo hebben we gemerkt dat het criterium werkzekerheid belangrijker wordt in jaren waarin de conjunctuur onder druk staat. Het loonpakket wint dan weer als de conjunctuur positief is. Maar ook structurele veranderingen of markante gebeurtenissen kunnen een rol spelen.

Dit jaar werden enkele criteria gewijzigd. Nadat vorig jaar interessante jobinhoud werd vervangen door stimulerend en uitdagend werk en entrepreneurship (in het Nederlands vertaald als 'ondernemende manier van werken'), werd deze verandering dit jaar weer ongedaan gemaakt. Daarnaast werd de driver internationale loopbaanmogelijkheden niet meer weerhouden in de lijst.

De respondenten moesten (net zoals de voorbije jaren) uit deze 16 criteria hun top vijf selecteren. Omdat de lijst dit jaar opnieuw gewijzigd werd en het aantal criteria van 18 naar 16 werd herleid, geven we geen vergelijkingstabel met 2017. Sowieso zijn de verschillen jaar op jaar eerder klein.

welke criteria zijn belangrijk bij de keuze voor een werkgever?  
(% respondenten die criterium vermelden in hun top vijf)

loon en voordelen	65 %
werkzekerheid	55 %
werksfeer	54 %
balans werk/privé	50 %
flexibele werkregelingen	37 %
toekomstperspectieven	37 %
locatie bedrijf	36 %
financiële gezondheid	29 %
interessante jobinhoud	27 %
opleidingen	23 %
goede reputatie	15 %
CSR	14 %
kwaliteitsvolle producten/diensten	15 %
sterk management / leiderschap	12 %
diversiteit/inclusie	11 %
nieuwste technologieën	9 %

Welke zijn anno 2018 de belangrijkste criteria? Zoals steeds zijn er weinig verrassingen. Loon en voordelen blijft onbedreigd de belangrijkste driver en diept de voorsprong zelfs wat uit. Het is nooit eerder gebeurd dat het verschil tussen de eerste twee criteria tien procentpunten bedroeg. Werkzekerheid wint

verrassend aan belang en wordt zelfs nipt opnieuw de tweede belangrijkste driver. Werksfeer blijft op zijn score van de vorige jaren en vervolmaakt de top drie. En net zoals de vorige jaren vinden we balans werk-privé terug op de vierde plaats.

## resultaten subgroepen.

De arbeidsmarkt is heterogeen. Er zijn verschillende groepen actief die niet altijd met dezelfde bril naar de verschillende drivers kijken. Toch moeten we jaar na jaar vaststellen dat de manier waarop de subgroepen de verschillende criteria evalueren, onderling al bij al weinig verschilt.

Over het algemeen hechten vrouwen meer belang aan werksfeer, de balans tussen werk en privéleven, flexibele werkregelingen en de locatie van het bedrijf. Mannen vinden de financiële gezondheid van de onderneming, de geboden toekomstperspectieven en loopbaanmogelijkheden, de nieuwe technologieën en de reputatie van het bedrijf dan weer belangrijker. Net zoals de vorige jaren hechten beide subgroepen evenveel belang aan een competitief loonpakket. Tot een goede vijf jaar geleden hechtten mannen echter meer belang aan lonen dan vrouwen.

Dat verschil is nu uitgevlakt, vermoedelijk voorgoed. Ook inzake werkzekerheid merken we nagenoeg geen verschil.

Werknemers met een diploma hoger onderwijs hechten meer belang aan de balans werk en privé en flexibele werkmogelijkheden. Werknemers met maximaal een diploma secundair onderwijs zijn gevoeliger voor de werkzekerheid en de financiële gezondheid van een bedrijf.

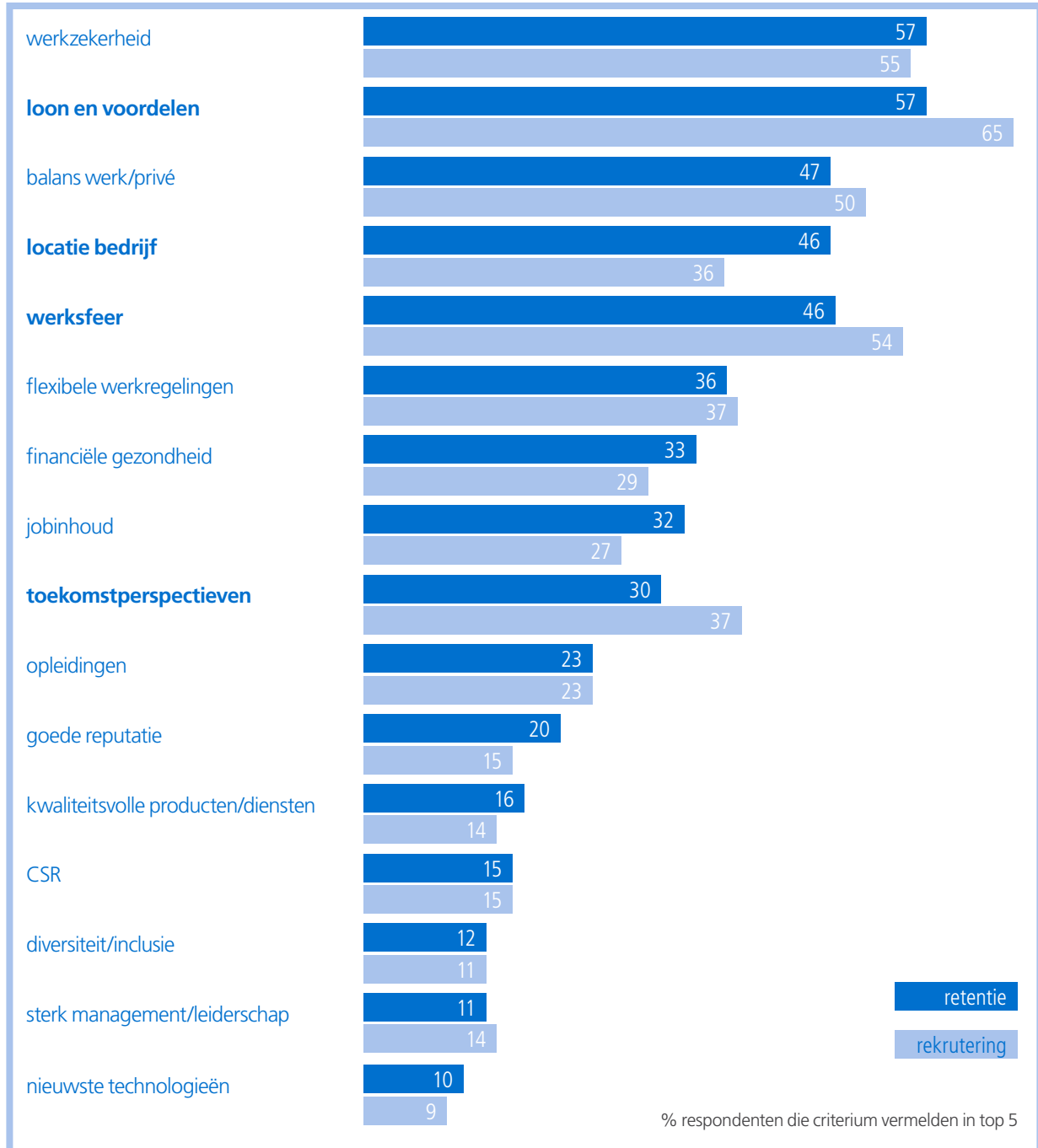
50-plussers zijn, net zoals vorig jaar, in vergelijking met -25-jarigen meer gericht op werkzekerheid, financiële gezondheid, de balans werk en privé en een competitief loonpakket. Jongeren vinden loopbaanmogelijkheden, kwalitatieve opleidingsmogelijkheden en toekomstmogelijkheden

## welke criteria zijn belangrijk om bij een werkgever te blijven?

Traditioneel bevragen we bij de respondenten welke criteria voor hen doorslaggevend zijn om voor een werkgever te kiezen. Die vraag peilt naar de rekruteringsfunctie van de employer brand. Over de retentiefunctie – [de impact van een employer brand op het aan boord blijven bij een werkgever](#) - weten we veel minder. Over de engagementsfunctie – [de impact van een employer brand op de betrokkenheid en inzet van de werknemers](#) - zelfs nagenoeg niets.

De sporadische bevestigingen rond retentie in het verleden hadden bovendien het nadeel dat ze onderling niet volledig vergelijkbaar waren. Dit jaar hebben we voor het eerst een bevestiging opgezet waarbij de lijst van instrumentele criteria volledig vergelijkbaar was voor rekrutering én voor retentie.

welke criteria zijn belangrijk bij de keuze voor een werkgever? (in vet staan de criteria die meer dan 5 procentpunt verschillen)



De belangrijkste vaststelling is dat de instrumentele criteria globaal genomen een vrij gelijkaardige rol spelen zowel bij rekrutering als bij retentie. De globale ranking is in beide gevallen sterk gelijklopend. Dit relateert eerdere aanwijzingen dat employer brands bij retentie soms anders functioneren dan bij rekrutering. Dat valt alles bij elkaar genomen nogal mee.

Dit neemt niet weg dat er toch enkele interessante verschillen zijn. Hoewel salaris zeer belangrijk blijft bij retentie neemt het belang ervan toch iets af. Iets wat eerder onderzoek ook al suggereerde. Opmerkelijk is dat ook werksfeer ietwat in belang daalt. Dat ook toekomstmogelijkheden in belang afnemen is dan weer een bevestiging van eerdere bevindingen. Het criterium dat het meest aan belang wint bij retentie is de ligging van het bedrijf. De factor balans werk-privé blijft redelijk stabiel.

# welke sectoren zijn de meest aantrekkelijke werkgevers?



## farma heel nipt opnieuw meest aantrekkelijke sector

Traditioneel zien we weinig wijzigingen in de rangschikking van sectoren. Dit jaar is dit nog sterker het geval dan anders. In de top vijf zien we geen enkele wijziging. Wel moeten ze allemaal wat aantrekkelijkheid inleveren.

De farmaceutische sector is opnieuw - zij het nipt - de winnaar. Net als vorig jaar verliest de sector aan aantrekkelijkheid, maar het verschil met dit jaar is dat alle andere sectoren in de top van de rangschikking inzake aantrekkelijkheid een dalende tendens vertonen. De sector wordt echter opnieuw iets minder aantrekkelijk - met 1,4% - en eindigt met een score van 41,2%. Het verschil met de mediasector bedraagt 0,8%. Het verschil wordt opnieuw wat groter. Vorig jaar bedroeg het nauwelijks 0,5%. De aeronautica blijft, ondanks een verlies van 2,5% op de derde plaats. IT-consultancy en high tech sluiten net als vorig jaar de top vijf af. IT-consultancy moet wel een verlies van meer dan 3% incasseren.

Verderop in de rangschikking is er het verdere verlies van de sector banken-verzekeringen. Zowel de chemie, human resources als automotive (productie) laten de banken-verzekeringen achter zich. De sector behoort niet meer tot de tien aantrekkelijkste sectoren.

gemiddelde aantrekkelijkheidsscore van alle bedrijven die in het onderzoek werden meegenomen en die onder deze sector ressorteren.

	2018	2017	2016
farmaceutica	41,2	42,6	44,9
media	40,4	42,1	39,2
aeronautica	36,3	38,8	39,4
IT-consultancy	32,7	35,9	34,6
high tech	32,0	33,5	34,6
bouw-installatie	31,9	31,8	30,2
chemie	31,8	29,8	28,7
voeding	30,7	32,6	33,5
automotive (productie)	30,5	29,4	27,0
human resources	29,8	29,6	26,3
automotive (retail/diensten)	29,3	27,8	27,3
banken-verzekeringen	28,4	30,0	30,0
energie	28,3	29,5	25,6
horeca-toerisme	28,3	28,1	27,4
retail (textiel, meubelen,...)	27,8	28,1	29,7
transport (goederen)-logistiek	27,6	28,9	28,7
niet-metaal	27,3	29,3	27,8
metaal & staal	27,0	27,0	21,7
telecom & contactcenters	26,8	29,1	27,9
distributie	26,8	25,7	25,7
transport (mensen)	24,6	23,9	20,6
industriële schoonmaak -milieu-veiligheid	25,1	21,8	20,5

## waarom zijn de privésectoren (on)aantrekkelijk?

Hoe aantrekkelijk een werkgever overkomt, heeft te maken met een combinatie van verschillende criteria. Het volstaat niet om sterk te scoren op één of ander criterium om hoge toppen te scheren in de rangschikking. Het verbaast dan ook niet dat de meest aantrekkelijke sectoren niet alleen de hoogste punten krijgen voor een welbepaald criterium, maar dat ze het meestal ook erg goed doen voor de verschillende criteria afzonderlijk. Zo is het niet te verwonderen dat de farmasector opnieuw de meest aantrekkelijke sector is voor het hoogste aantal criteria. De sector haalt opnieuw de hoogste scores voor maar liefst acht van de tien criteria: loon en voordelen,

toekomstmogelijkheden, werkzekerheid, balans werk-privé, financiële gezondheid, nieuwste technologieën, reputatie en jobinhoud. De mediasector is opnieuw de sterkste inzake werksfeer (traditioneel een sterkhouder van deze sector). Daarnaast positioneert de sector zich ook in de top drie voor goede reputatie, jobinhoud en aandacht voor milieu en samenleving. De globaal derde meest aantrekkelijke sector, de aeronauticasector, moet het net als vorig jaar met slechts één top drie-notering stellen. Ook de IT-consultancy scoort goed met zes keer een top drie-notering.

### top 3 van aantrekkelijkste privésectoren per driver

	1	2	3
toekomstmogelijkheden	farmaceutica	IT-consultancy	chemie
werksfeer	media	farmaceutica	IT-consultancy
werkzekerheid	farmaceutica	transport (mensen)	energie
balans privé/werk	farmaceutica	banken-verzekeringen	human resources
financiële gezondheid	farmaceutica	IT-consultancy	energie
nieuwste technologieën	farmaceutica	high tech	IT-consultancy
jobinhoud	farmaceutica	media	aeronautica
CSR	industriële schoonmaak	energie	media
goede reputatie	farmaceutica	IT-consultancy	media
loon en voordelen	farmaceutica	IT-consultancy	chemie

Als we voor elke sector de meest aantrekkelijke criteria in kaart brengen dan valt vooral de sterke homogeniteit op. Het employer brand DNA van de sectoren lijkt onderling sterk op elkaar. In 16 van de 22 sectoren is de financiële gezondheid de meest aantrekkelijke

driver. Bij de resterende sectoren zijn het de nieuwste technologieën. In alle sectoren behoort de financiële gezondheid tot de drie aantrekkelijkste drivers. Voor nieuwste technologieën is dat in 19 van de 22 het geval.

### de drie sterkste criteria per sector

	1	2	3
farmaceutica	financiële gezondheid	nieuwste technologieën	loon en voordelen
media	financiële gezondheid	nieuwste technologieën	jobinhoud
aeronautica	nieuwste technologieën	financiële gezondheid	loon en voordelen
IT-consultancy	financiële gezondheid	nieuwste technologieën	loon en voordelen
high tech	nieuwste technologieën	financiële gezondheid	loon en voordelen
bouw-installatie	financiële gezondheid	nieuwste technologieën	reputatie
chemie	financiële gezondheid	nieuwste technologieën	loon en voordelen
voeding	financiële gezondheid	reputatie	nieuwste technologieën
automotive (productie)	nieuwste technologieën	financiële gezondheid	reputatie
human resources	financiële gezondheid	reputatie	nieuwste technologieën
automotive (retail/diensten)	financiële gezondheid	nieuwste technologieën	reputatie
banken-verzekeringen	financiële gezondheid	nieuwste technologieën	loon en voordelen
energie	financiële gezondheid	nieuwste technologieën	werkzekerheid
horeca-toerisme	financiële gezondheid	reputatie	nieuwste technologieën
retail (textiel, meubelen,...)	financiële gezondheid	reputatie	werkzekerheid
transport (goederen)-logistiek	financiële gezondheid	nieuwste technologieën	werkzekerheid
niet-metaal	financiële gezondheid	nieuwste technologieën	reputatie
metaal & staal	nieuwste technologieën	financiële gezondheid	loon en voordelen
telecom & contact centers	nieuwste technologieën	financiële gezondheid	werkzekerheid
distributie	financiële gezondheid	reputatie	werkzekerheid
industriële schoonmaak-milieu-veiligheid	financiële gezondheid	werkzekerheid	reputatie
transport (mensen)	werkzekerheid	financiële gezondheid	nieuwste technologieën

## aantrekkelijkheid van de privésectoren volgens de subgroepen

Net zoals de vorige jaren is de leiderspositie van de farmasector inzake globale aantrekkelijkheid niet terug te voeren tot alle subgroepen. Zowel bij vrouwen, middengeschoolden en Franstaligen moet de farmasector de sector van de media laten voorgaan.

En bij de middengeschoolden ook de aeronautica. In tegenstelling tot vorig jaar, zijn de drie meest aantrekkelijke sectoren niet bij alle subgroepen de top drie. Human resources (bij de vrouwen) en high tech bij de hogergeschoolden doorbreken dit jaar de hegemonie.

### top drie privésectoren volgens subgroepen

		1	2	3
geslacht	mannen	farma	aeronautica	media
	vrouwen	media	farma	human resources
opleidingsniveau	middelbaar	aeronautica	media	farma
	hoger	farma	media	high tech
leeftijd	18-24	-	-	-
	25-44	farma	media	aeronautica
	45-65	farma	media	aeronautica
taal	Nederlands	farma	media	aeronautica
	Frans	aeronautica	farma	media

## voor welke criteria van een employer brand scoren privébedrijven het best?

Een traditioneel onderdeel van de bevraging is de evaluatie van een aantal criteria van de employer brand. Traditioneel scoren privébedrijven goed voor financiële gezondheid en de kwaliteit van het management. Ze scoren meestal niet goed wat betreft CSR, werksfeer en balans werk-privé. Dit jaar werd de lijst te bevragen criteria opnieuw aangepast. De criteria loon en jobinhoud maken opnieuw deel uit van de lijst. Stimulerend werk verdwijnt uit de lijst.

### aantrekkelijkheid van de verschillende criteria

(gemiddelde score op een schaal van vijf)

1. financiële gezondheid	3,55
2. nieuwste technologieën	3,33
3. goede reputatie	3,27
4. werkzekerheid	3,21
5. loon en voordelen	3,13
6. toekomstmogelijkheden	3,11
7. jobinhoud	3,04
8. werksfeer	3,03
9. balans werk/privé	3,01
10. CSR	2,86

Net als de vorige jaren is het de financiële gezondheid van bedrijven die het best scoort, gevolgd door het gebruik van de nieuwste technologieën. De werksfeer, balans werk-privé en CSR zijn traditioneel de zwakste drivers. Deze onderlinge ranking van drivers vinden we in nagenoeg alle sectoren terug. En dit fenomeen stellen we overal in de wereld vast. Als we een vergelijking maken met de rangschikking van de verschillende criteria al naar het belang dat werknemers eraan toeschrijven, zit de grootste spanning duidelijk bij balans werk-privé en werksfeer.

Dit zijn voor werknemers belangrijke criteria om voor een werkgever te kiezen, maar criteria waar grote bedrijven niet zo goed op scoren. In iets mindere mate geldt dit ook voor loon en werkzekerheid. Deze zijn zeer gegeerd bij werkzoekenden, maar grote bedrijven scoren er 'slechts' gemiddeld op. Inzake CSR is er geen spanning. Grote bedrijven zetten voor CSR geen hoge scores neer, maar werkzoekenden hechten er ook niet zoveel belang aan.



## hoe aantrekkelijk zijn de lokale besturen?



Elk jaar bestuderen we naast de privésector een extra sector. Zo zijn de voorbije jaren al de publieke sector, de social profit, de internationale organisaties, de disruptieve merken en de aantrekkelijkste regionale bedrijven aan bod gekomen. Telkens bleek dat meerdere bedrijven/organisaties heel vlot de concurrentie konden aangaan met de grote private bedrijven. Als aparte sector bleken de internationale organisaties, zoals verwacht, aantrekkelijker dan alle andere privésectoren. De publieke sector, de social profit en de disruptieve merken eindigden eveneens in de top van de rangschikking.

Dit jaar werd geopteerd om de werkgeversaantrekkelijkheid van de lokale besturen te onderzoeken. We selecteerden de grootste steden in België en legden die aan een representatief panel voor. De verwachting was dat deze steden gemiddeld goed zouden scoren en met hun employer brand-profiel zouden aansluiten bij de publieke sector.

### methodologische noot:

Voor de lokale besturen werd afgeweken van de optie waarbij het werkgeversmerk wordt voorgelegd aan elke respondent. Het is immers niet heel zinvol om de stad Aarlen te laten beoordelen door een respondent uit Brugge. Vandaar dat werd beslist om de lokale besturen alleen te laten beoordelen door respondenten uit dezelfde provincie. Dat betekent wel dat de resultaten niet strikt vergelijkbaar zijn. We vermoeden dat de aantrekkelijkheidsscores gemiddeld genomen iets hoger zullen liggen als de respondenten uit de eigen provincie komen. In elk geval moet enige voorzichtigheid in acht genomen worden bij het vergelijken.

Deze verwachting blijkt ook te kloppen. Met een gemiddelde aantrekkelijkheid van 43,7% zijn de lokale besturen meteen de meest aantrekkelijke sector, vóór de farma (41,2) en media (40,4). Als er een vergelijking wordt gemaakt met de totale private sector, bedraagt het verschil maar liefst 13,5 procentpunten.

## waarom zijn de lokale besturen aantrekkelijk?

top drie van de aantrekkelijkste sectoren per criterium (met inbegrip van de lokale besturen)

	1	2	3
toekomstmogelijkheden	farmaceutica	IT-consultancy	chemie
werksfeer	media	<b>lokale besturen</b>	farmaceutica
werkzekerheid	<b>lokale besturen</b>	farmaceutica	transport (mensen)
balans werk-privé	<b>lokale besturen</b>	farmaceutica	banken/verzekeringen
financiële gezondheid	farmaceutica	IT-consultancy	energie
nieuwste technologieën	farmaceutica	high tech	IT/consultancy
jobinhoud	farmaceutica	media	IT/consultancy
CSR	<b>lokale besturen</b>	industriële schoonmaak	energie
goede reputatie	farmaceutica	IT-consultancy	media
loon en voordelen	farmaceutica	IT-consultancy	chemie

De aantrekkelijkheid van de lokale besturen komt sterk tot uiting in vier van de tien criteria: werkzekerheid, balans werk-privé, CSR en werksfeer. Voor deze drivers komt de sector telkens als de nummer één uit de bus (zij het bij werksfeer gedeeld met media). Wat de

andere criteria betreft, staat de sector niet in de top drie. Bij jobinhoud is de afstand met de nummer drie (IT/Consultancy) heel nipt. Een volledige vergelijking tussen lokale besturen en de privésector is weergegeven in de volgende tabel.

#### vergelijking scores kenmerken lokale besturen private sector.

	lokale besturen	privésector
toekomstmogelijkheden	3,17	3,11
werksfeer	3,23	3,03
werkzekerheid	3,62	3,21
balans werk-privé	3,45	3,01
financiële gezondheid	3,30	3,55
nieuwste technologieën	3,00	3,33
jobinhoud	3,26	3,04
CSR	3,31	2,86
goede reputatie	3,28	3,27
loon en voordelen	3,13	3,13

Voor twee criteria scoren de lokale besturen duidelijk zwakker dan de privésector (financiële gezondheid en nieuwste technologieën). Wat de reputatie en het loon betreft, scoren beiden gelijk. Voor toekomstmogelijkheden is het verschil beperkt. Dit betekent dat de lokale besturen voor vijf van de tien criteria beter scoren dan de privésector. Het grootste verschil is - zoals te verwachten - te merken bij werkzekerheid en balans werk-privé.

Zoals op basis van de globale aantrekkelijkheid kon worden verwacht, scoren de lokale besturen voor de criteria duidelijk beter dan de privésector. Dit stelden we in het verleden ook al vast voor de social profit, de publieke sector, de internationale instellingen en de disruptive brands. In vergelijking met deze sectoren is het overwicht van de lokale besturen wel minder uitgesproken.

## aantrekkelijkheid van de lokale besturen volgens de subgroepen.

De sterke prestatie van de lokale besturen wordt vlot doorgetrokken op het niveau van de subgroepen. Bij alle subgroepen, op één uitzondering na, komen de lokale

besturen als eerste uit de bus. Bij de hooggeschoolden strandt de sector net na de farma.

#### top drie van aantrekkelijkste sectoren per subgroep (met inbegrip van de lokale besturen)

		1	2	3
geslacht	mannen	<b>lokale besturen</b>	farma	aeronautica
	vrouwen	<b>lokale besturen</b>	media	farma
opleidingsniveau	middelbaar	<b>lokale besturen</b>	aeronautica	media
	hoger	farma	<b>lokale besturen</b>	media
leeftijd	18-24	-	-	-
	25-44	<b>lokale besturen</b>	farma	media
	45-65	<b>lokale besturen</b>	farma	media
taal	Nederlands	<b>lokale besturen</b>	farma	media
	Frans	<b>lokale besturen</b>	aeronautica	farma

gemiddelde score op schaal 1-5

## welke bedrijven zijn de meest aantrekkelijke werkgevers?



Om de meest aantrekkelijke werkgever op te sporen, maken we zoals elk jaar een onderscheid tussen de relatieve en de absolute aantrekkelijkheid van een bedrijf. De absolute aantrekkelijkheid van een bedrijf is het percentage van respondenten dat voor dat bedrijf wil werken. Deze indicator hangt sterk af van de naambekendheid van het bedrijf. En dat is logisch: het is onmogelijk dat iemand voor een bedrijf wil werken als hij of zij het niet kent. Daarom hebben we ook de relatieve aantrekkelijkheid van een bedrijf ingevoerd. Daarbij zetten we het percentage mensen dat voor een bedrijf wil werken af tegenover zij die het bedrijf daadwerkelijk kennen. Zo koppelen we de aantrekkelijkheid los van de naambekendheid van het bedrijf. Een onderneming kan namelijk een zwakke naambekendheid hebben en toch sterk scoren bij mensen die het kennen en omgekeerd. Voor dit concept moeten we dus eerst een intermediaire indicator invoeren: de naambekendheid.

De naambekendheid<sup>1</sup> van de bedrijven is het eerste element dat we hebben gemeten. We gebruiken deze parameter alleen als noodzakelijke tussenstap om de absolute aantrekkelijkheid te berekenen. Traditioneel zijn er weinig uitgesproken verschuivingen in de rangschikking van de bekendste privéwerkgevers. Dat is ook dit jaar niet anders. Wel zijn, na de grote stijging van vorig jaar, de scores dit jaar opnieuw een beetje teruggevallen.

Delhaize is dit jaar voor het eerst de meest bekende werkgever. Als één van de weinige bedrijven in de top van de rangschikking haalde het bedrijf dezelfde score als vorig jaar. Dit was voldoende voor een eerste plaats. Ikea strandt net als vorig jaar nipt op de tweede plaats. Colruyt, het meest bekende bedrijf de afgelopen vier edities, eindigt derde. McDonalds vorig jaar voor het eerst in de top tien, komt op de vierde plaats. De top tien kent slechts één nieuwkomer: Lidl. Net als vorig jaar is het verschil in de top van de rangschikking zeer beperkt. Tussen de nummer één en tien is er slechts een verschil van 3,7%

### top tien bekendste werkgevers in België (in %):

Delhaize	92,4
Ikea	92,0
Proximus	91,9
Colruyt	91,9
McDonalds	91,3
Bpost	90,8
Aldi	90,7
Lidl	89,9
Coca-Cola	89,8
Carrefour	89,1

<sup>1</sup> Onder naambekendheid verstaan we niet de naambekendheid in de marketingbetekenis van het woord. Hier gaat het om het percentage respondenten dat het bedrijf goed genoeg kent om te weten of ze er zouden willen werken of niet, en om een score te kunnen geven voor de verschillende factoren die de aantrekkelijkheid bepalen

## relatieve aantrekkelijkheid van privéwerkgevers <sup>1</sup>



Traditioneel is de rangschikking van de meest aantrekkelijke werkgevers (relatieve aantrekkelijkheid) deze waar het meest naar uitgekeken wordt. Het is ook op basis van deze rangschikking dat de jaarlijkse Randstad Award wordt uitgereikt.

Ook dit jaar wordt de top tien en bij uitbreiding de top twintig fors door elkaar geschud. Hier spelen verschillende zaken. Sowieso liggen de aantrekkelijkheidsscores redelijk dicht bijéén. Dit betekent dat zelfs niet-significante veranderingen inzake de aantrekkelijkheidsscore toch redelijk wat plaatsverschuivingen tot gevolg kunnen hebben. Daarnaast stonden vorig jaar maar liefst drie regionale winnaars van de Randstad Award in de top 20. Deze bedrijven zijn dit jaar niet meegenomen.

### top 20 relatieve aantrekkelijkheid privéwerkgevers <sup>(1)</sup>

	2018
Janssen Pharmaceutica	47,1 <sup>(2)</sup>
UCB	45,6
TUI	44,8
Jan De Nul	44,7
Mercedes-benz	44,6
Vrt	44,5
Mediahuis	44,4
GlaxoSmithKline	43,5
Brussels Airlines	43,3
Procter & Gamble	42,9
Baxter	42,6
Pfizer	42,3
Bayer	42,1
Sonaca	41,7
Barry Callebaut	41,2
Coca-Cola	40,9
Mondelez	40,7
Nike	40,2
Realdolmen	39,8
Colruyt	39,4

<sup>1</sup> Om weerhouden te worden voor de lijst van de relatieve aantrekkelijkheid, is een minimale naambekendheid van 10% vereist.

<sup>2</sup> De score van 47,1% vertegenwoordigt het aandeel mensen die een score van 4 of 5 gaven (op een schaal van 5) op de vraag 'Zou u voor dit bedrijf willen werken?'

Nadat vorig jaar slechts drie bedrijven erin slaagden om hun positie in de top tien te handhaven is dat dit jaar voor vijf bedrijven het geval. Elf bedrijven die vorig jaar de top twintig haalden, herhalen deze prestatie. Vorig jaar was dit slechts voor zeven bedrijven het geval. In die zin is er meer stabiliteit dan vorig jaar.

De meest aantrekkelijke werkgever dit jaar is Janssen Pharmaceutica. Voor het farmabedrijf is het de vierde keer in de geschiedenis van het Randstad Employer Brand onderzoek dat het als eerste eindigt. De laatste keer dat dit gebeurde dateert wel al van 2007. Het is ook het enige bedrijf dat sinds 2001 onafgebroken in de top tien staat. Janssen Pharmaceutica volgt de Vlaamse baggeraar DEME op die dit jaar de vereiste naambekendheid van 10% niet haalde en daardoor niet kon geklasseerd worden. Met deze vierde overwinning doet Janssen Pharmaceutica het, wat het aantal overwinningen betreft, even goed als eeuwige rivaal GlaxoSmithKline.

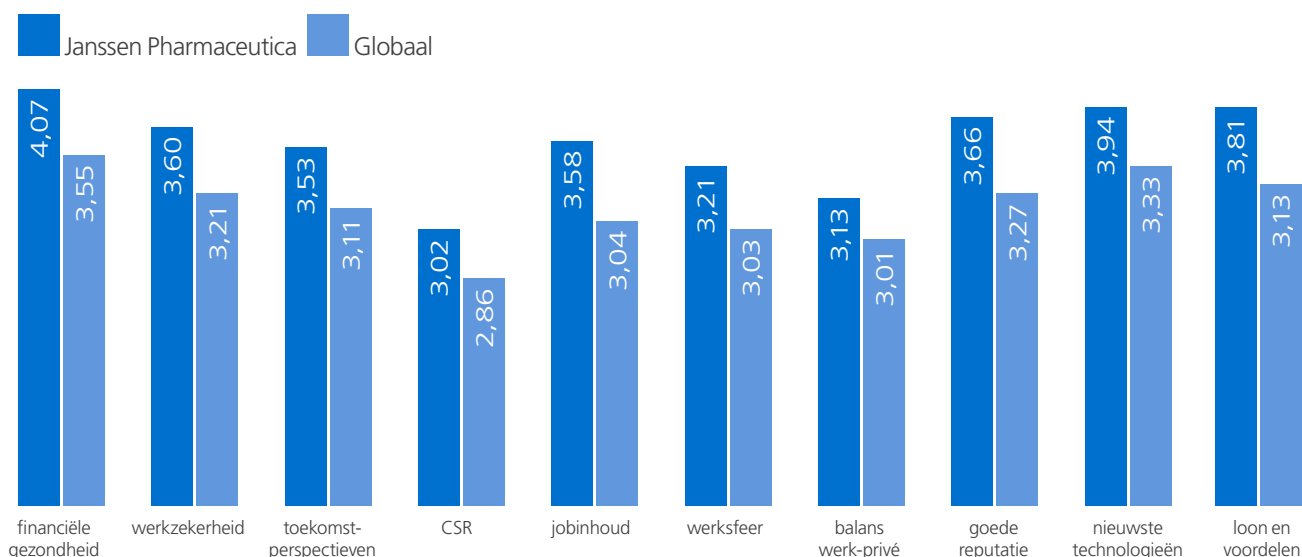
Opmerkelijk is wel dat Janssen Pharmaceutica wint ondanks een daling van de aantrekkelijkheid van iets meer dan 3%. Met een score van 47,1% zou het bedrijf vorig jaar zelfs niet de top vijf hebben gehaald. De scores in de top van de rangschikking liggen dit jaar trouwens nog dichterbij elkaar dan vorig jaar. Toen bedroeg het verschil tussen de nummers één en tien 7,7%. Dit jaar is dit nauwelijks 4,2%. Nooit eerder was het onderlinge verschil zo klein. In het verleden was het verschil meestal 10%, in bepaalde jaren zelfs oplopend tot 15%.

Op nummer twee vinden we UCB, ook al een farmabedrijf. UCB haalt hiermee zijn beste prestatie ooit. Twee jaar geleden was het bedrijf al eens vierde. Op de derde plaats vinden we TUI terug. Heel verrassend is deze prestatie niet. De voorbije jaren haalde het bedrijf dat actief is in de toeristische sector systematisch hoge aantrekkelijkheidsscores. Door de gemiddelde daling van de scores in de top van de rangschikking slaagt het bedrijf erin met een lichte stijging van 1,5% door te stoten naar de hoogste notering ooit.

Op nummer vier vinden we de Vlaamse baggeraar Jan De Nul terug. Traditioneel een sterkhouder in de top van de rangschikking van de meest aantrekkelijke bedrijven en zelfs twee keer winnaar. Maar vorig jaar voor het eerst in vele jaren niet aanwezig in de top twintig. Op nummer vijf staat Mercedes-Benz, ook al een werkgever die de voorbije jaren meerdere keren de top tien haalde.

Op nummer zes en zeven vinden we, net als vorig jaar, Belgische bedrijven met VRT en Mediahuis. GlaxoSmithKline, de winnaar van 2016 moet het dit jaar met een achtste plaats stellen. Brussels Airlines slaagt er ondanks de vele perikelen in om opnieuw de top tien binnen te komen. Op de tiende plaats vinden we tenslotte Procter & Gamble. Ook al een bedrijf met een lange staat van dienst in de top tien van de meest aantrekkelijke werkgevers. In de top twintig vinden we onder andere Pfizer terug. Vorig jaar voor het eerst sinds heel lang weggezakt en nu gedeeltelijk terug. Colruyt tenslotte, ziet een eind komen aan een lange reeks stijgingen die het bedrijf vorig jaar net niet in de top tien bracht. Daarmee volgt de aantrekkelijkheids-score opnieuw de beurskoers die het voorbije anderhalve jaar voor het eerst in lange tijd een dalende tendens vertoonde. Ondanks de daling kan Colruyt zich nipt in de top twintig handhaven.

## waarom is Janssen Pharmaceutica de meest aantrekkelijke werkgever?



gemiddelde score op schaal 1-5

**“de employer brand van Janssen Pharmaceutica heeft een hele sterke basis. Bij de criteria zijn er geen duidelijk zwakke plekken.”**

Vorig jaar scoorde de toenmalige winnaar DEME op alle drivers, op één na, beter dan het algemeen gemiddelde. Janssen Pharmaceutica doet nog beter door echt op alle drivers beter te scoren, zonder enige uitzondering. Dit wijst, zoals traditioneel kan worden verwacht van de winnaar, op een zeer sterke basis van de employer brand.

Vorig jaar behaalde DEME voor maar liefst vijf criteria de eerste plaats. Janssen Pharmaceutica slaagt daar

niet in. Voor vier criteria scoort het bedrijf wel in de top drie (financiële gezondheid, jobinhoud, nieuwste technologieën en loon en voordelen). De grote winnaar dit jaar bij de criteria is Jan De Nul met de hoogste score voor maar liefst vijf criteria (werkzekerheid, toekomst-perspectieven, jobinhoud, reputatie en loon en voordelen). De andere winnaars zijn Coca-Cola (net als vorig jaar) voor financiële gezondheid, Van Gansewinkel voor CSR, VRT voor werksfeer, IBM voor nieuwste technologieën en Partena voor de balans werk-privé. Jan De Nul is ook het enige bedrijf dat er dit decennium in slaagde elk jaar minstens één overwinning te behalen. Colruyt haalt de top drie voor twee criteria (werkzekerheid en CSR). Vorig jaar was dat nog voor vijf criteria. Met deze vijf overwinningen blijft Jan De Nul uiteraard het bedrijf met veruit de meeste overwinningen voor aparte criteria dit decennium (26).

welke drie privéwerkgevers kregen de hoogste scores voor de verschillende instrumentele criteria?

	1	2	3
financiële gezondheid	Coca-Cola	Ikea	Janssen Pharmaceutica
werkzekerheid	Jan De Nul	De Spoorwegen	Colruyt
toekomstperspectieven	Jan De Nul	PWC	KPMG
CSR	Van Gansewinkel	Colruyt	Ikea
jobinhoud	Jan De Nul	Janssen Pharmaceutica	Vrt
werksfeer	Vrt	Mediahuis	Jan De Nul
werk/privé	Partena	Wienerberger	Multipharma
reputatie	Jan De Nul	Mercedes-Benz	Ikea
nieuwste technologieën	IBM	Janssen Pharmaceutica	HP
loon en voordelen	Jan De Nul	Janssen Pharmaceutica	Tessenderlo Chemie

welke drie privéwerkgevers kregen de hoogste scores van de onderzochte subgroepen?

		1	2	3
geslacht	mannen	Mercedes-Benz	UCB	Siemens
	vrouwen	Mediahuis	Janssen Pharmaceutica	TUI
leeftijd	18-24	-	-	-
	25-44	Janssen Pharmaceutica	Bayer	Procter & Gamble
	45-65	Baxter	Mediahuis	Sonaca
opleidingsniveau	middelbaar	Sonaca	Brussels airlines	Janssen Pharmaceutica
	hoger	UCB	Jan De Nul	GlaxoSmithKline
taal	Nederlands	Vrt	Janssen Pharmaceutica	Procter & Gamble
	Frans	Rtbf	TUI	Brussels Airlines

Zoals elk jaar zijn er bij de subgroepen verschillende winnaars. Dit jaar is dit in extreme mate het geval omdat elke subgroep waarvoor voldoende statistisch significante data konden worden verkregen een andere winnaar kent. De globale winnaar, Janssen Pharmaceutica, haalt het slechts in één subgroep (25-44 jaar) en scoort nog drie keer in de top drie

(vrouwen, Nederlandstalige respondenten en middelbaar geschoolden). Daarmee is het farmabedrijf wel duidelijk het best presterende bedrijf. UCB, Mediahuis en Sonaca zijn de enige bedrijven die zich meer dan één keer kunnen plaatsen in de top drie van de subgroepen.

## absolute aantrekkelijkheid van privéwerkgevers

Bij de werkgevers met de grootste relatieve aantrekkelijkheid vinden we zowel bekende als enkele minder bekende bedrijven terug. Daarom hanteren we ook een tweede aantrekkelijkheidsindicator: de absolute aantrekkelijkheid. Daarvoor vermenigvuldigen we de naambekendheidsscore van een bedrijf met de score op het vlak van de relatieve aantrekkelijkheid. De resultaten van deze berekening weerspiegelen in zekere zin het absolute theoretische rekruteringspotentieel van de bedrijven in kwestie.

De absolute aantrekkelijkheid van een bedrijf hangt vooral af van zijn naambekendheid. Dat verklaart meteen waarom deze resultaten doorgaans minder schommelen dan bij de relatieve aantrekkelijkheid. Sinds 2010 was de overwinning steeds weggelegd voor één en hetzelfde bedrijf: Coca-Cola. Sinds het ontstaan van het onderzoek won het bedrijf maar liefst tien keer. De andere overwinningen waren voor BNP Paribas Fortis (vier keer), Proximus, Ikea en Colruyt (elk één keer). Vorig jaar moest Coca-Cola na zeven opeenvolgende overwinningen de eer voor het eerst aan Colruyt laten.

Dit jaar is Coca-Cola in absolute zin opnieuw de meest aantrekkelijke werkgever. Nochtans moet het bedrijf enkele procentpunten prijsgeven. Dat geldt echter voor de meeste bedrijven. Ook Colruyt kon de recordscore van vorig jaar niet doortrekken en moest zowel qua bekendheid als qua aantrekkelijkheid enkele procentpunten inleveren. Daarmee is Coca-Cola opnieuw nipt de meest aantrekkelijke werkgever in België. De speciale vermelding dit jaar gaat naar Mercedes-Benz, het enige bedrijf dat zowel de top tien van de relatieve als de absolute aantrekkelijkheid haalt. Het is ook één van de weinige bedrijven die de score in vergelijking met vorig jaar verbeteren. Opgemerkte nieuwkomers in de top 20 zijn drie grote banken: Belfius, ING en KBC. Terug van weggeweest?

### top 20 absolute aantrekkelijkheid privéwerkgevers in België in %

1. Coca-Cola	36,7
2. Brussels Airlines	36,2
3. Colruyt	36,1
4. Mercedes-Benz	35,3
5. Ikea	34,9
6. Bpost	32,9
7. Proximus	32,6
8. Delhaize	31,6
9. Philips	31,6
10. Engie Electrabel	30,9
11. Decathlon	30,6
12. Carrefour	30,0
13. MediaMarkt	29,1
14. Siemens	28,2
15. TUI	27,1
16. Ethias	26,6
17. Belfius	26,3
18. ING	26,2
19. De Spoorwegen	25,9
20. KBC	25,7



## welke lokale besturen zijn de meest aantrekkelijke werkgevers?



Net zoals bij de privébedrijven maken we een onderscheid tussen de naambekendheid en de absolute en relatieve aantrekkelijkheid van de lokale besturen als werkgever.

Het ligt in de lijn der verwachtingen dat grote steden meer bekend zullen zijn dan kleinere. Dit blijkt ook uit de resultaten.

We maken een onderscheid tussen Nederlandstalige en Franstalige lokale besturen, waarbij Brussel bij beiden wordt ingedeeld.

### top tien meest bekende lokale besturen Franstalig (in %)

1. Namen	83,4
2. Luik	81,4
3. Brussel	77,6
4. Aarlon	63,3
5. Aarlen	60,7
6. Seraing	59,1
7. Charleroi	59,0
8. Bergen	55,8
9. Verviers	55,2
10. La Louvière	44,7

### top tien meest bekende lokale besturen Nederlandstalig (in %)

1. Antwerpen	85,0
2. Gent	80,2
3. Hasselt	79,3
4. Brussel	77,6
5. Brugge	73,1
6. Oostende	70,6
7. Leuven	70,5
8. Kortrijk	68,9
9. Roeselare	67,3
10. Mechelen	65,4

De lokale besturen hebben een lagere naambekendheid dan grote privébedrijven. Alleen Antwerpen zou met de bekendheidsscore nipt de top 20 halen bij de privébedrijven. En dan moet men er nog rekening mee houden dat de respondenten voor de lokale besturen uit

de betreffende provincie kwamen, wat ongetwijfeld nog positief heeft ingewerkt op de naambekendheid. De lagere scores in het Franstalige deel van België is minstens gedeeltelijk terug te voeren tot de gemiddeld kleinere omvang van deze steden.

## de relatieve aantrekkelijkheid van de lokale besturen.

top tien relatieve aantrekkelijkheid lokale besturen  
Franstalig (in %)

1. Namen	56,3
2. Brussel	52,8
3. Aarlen	50,7
4. Nijvel	50,6
5. Luik	48,1
6. Bergen	43,9
7. Charleroi	39,4
8. La Louvière	38,0
9. Seraing	38,0
10. Eupen	32,7

Zoals verwacht, halen de meest aantrekkelijke lokale besturen een hogere relatieve aantrekkelijkheidsscore dan de meest aantrekkelijke privébedrijven. Namen en Gent halen een aantrekkelijkheidsscore die respectievelijk 9 en 8 procentpunten hoger ligt dan de score van Janssen Pharmaceutica, de winnaar bij de privébedrijven. Zowel bij de Nederlandstaligen als bij de Franstaligen ligt de score van de nummer vijf nog steeds hoger dan de winnaar van de privésector. Hierbij moet wel aangestipt worden dat de scores van de lokale besturen gebaseerd zijn op respondenten van de provincie van het lokale bestuur. Dit heeft de scores van de lokale besturen zeker in positieve zin beïnvloed. Toch kunnen we moeilijk anders dan besluiten dat naast de internationale organisaties, de publieke sector, de social profit en de disruptive brands ook de grotere lokale besturen een serieuze concurrent zijn voor de privébedrijven wat employer branding betreft.

top tien relatieve aantrekkelijkheid lokale besturen  
Nederlandstalig (in %)

1. Gent	55,4
2. Brussel	52,8
3. Hasselt	52,4
4. Brugge	51,0
5. Antwerpen	50,7
6. Leuven	47,1
7. Kortrijk	46,9
8. Genk	46,5
9. Roeselare	46,2
10. Oostende	44,6

Een tweede vaststelling is dat ook bij de lokale besturen de onderlinge scores sterk verschillen. Het verschil tussen de hoogste en laagste score bij de Franstalige besturen bedraagt 26%. Bij de Nederlandstalige besturen is het verschil 22%. De laagste scores bij de lokale besturen (resp. 29% Franstalig en 34% Nederlandstalig) liggen wel flink boven deze uit de privésector (16%).

Tenslotte is er enig verband tussen de aantrekkelijkheid en de grootte van de stad. De twee grootste steden in Vlaanderen (Antwerpen en Gent) scoren in de top vijf. Hetzelfde geldt voor de grootste Waalse stad (Luik). Brussel tenslotte komt na Gent en Namen als derde aantrekkelijkste stad uit de bus.

## waarom zijn Namen en Gent de meest aantrekkelijke werkgevers bij de lokale besturen?

De overwinning van Gent en Namen krijgt extra glans als we de beide steden voor de criteria vergelijken met het algemeen gemiddelde van de lokale besturen. Voor alle criteria, op één uitzondering na, scoren beide steden hoger dan het globaal gemiddelde van de lokale besturen. Ook voor de winnaars bij de lokale

besturen geldt dus dat een aantrekkelijk globaal werkgeversmerk gepaard gaat met sterke scores voor de meeste criteria. Zowel bij Gent als Namen zijn er geen zwakke criteria te bespeuren. De sterke employer brand rust in beide steden op een brede basis.

	Gent	Namen	lokale besturen
financiële gezondheid	3,50	3,44	3,30
werkzekerheid	3,77	3,81	3,62
toekomstperspectieven	3,30	3,42	3,17
CSR	3,53	3,41	3,31
jobinhoud	3,47	3,44	3,26
werksfeer	3,34	3,37	3,23
balans werk/privé	3,45	3,64	3,45
goede reputatie	3,52	3,47	3,28
nieuwste technologieën	3,13	3,08	3,00
loon en voordelen	3,29	3,32	3,13

gemiddelde score op schaal 1-5

welke drie lokale besturen kregen de hoogste scores voor de verschillende criteria?

	1	2	3
financiële gezondheid	Brugge	Leuven	Hasselt
werkzekerheid	Aarlen	Namen	Brussel
toekomstperspectieven	Namen	Brussel	Gent
CSR	Brugge	Gent	Roeselare
jobinhoud	Brugge	Gent	Genk
werksfeer	Namen	Roeselare	Brugge
balans werk/privé	Namen	Nijvel	Brussel
reputatie	Brugge	Gent	Roeselare
nieuwste technologieën	Genk	Hasselt	Kortrijk
loon en voordelen	Roeselare	Kortrijk	Brugge

De best presterende stad wat de aantrekkelijkheid van de criteria betreft, is Brugge met de beste score voor vier criteria. Ook Namen presteert sterk met de beste score voor drie criteria. De winnaar bij de Nederlandstaligen, Gent, zet weliswaar geen topscore neer voor

een bepaalde driver, maar presteert toch sterk met vier keer een top drie-positie. Ook Namen scoort vier keer een plaats in de top drie. De stad Brussel blijft in deze iets achter met slechts drie keer een plek in de top drie.



## hoe verhouden lokale besturen zich tot social profit en de publieke sector?

Eerder in dit rapport maakten we al de vergelijking tussen de lokale besturen en de privésector. De lokale besturen zijn niet alleen duidelijk globaal aantrekkelijker dan de privésector. Dit blijkt bovendien ook uit een vergelijking van de verschillende criteria.

De vraag die zich opdringt is hoe de lokale besturen zich nu profileren ten aanzien van de publieke sector en de social profit. Deze sectoren hebben gemeen dat ze niet privé zijn. Maar dat betekent niet dat ze een gemeenschappelijk employer brand-DNA hebben.

Wanneer we kijken naar de globale aantrekkelijkheid, dan scoren de lokale besturen op het eerste zicht het best. In de globale rangschikking van de verschillende sectoren staan ze bovenaan. De publieke sector veroverde één keer een tweede (2012) en twee keer een derde plaats (2013, 2015). De social profit behaalde in 2014 een vierde plaats. Als we rekening houden met het feit dat de respondenten van de lokale besturen zich beperken tot de eigen provincie en dat dit wellicht een positieve invloed heeft op de scores, vermoeden we dat het verschil ten gunste van de lokale overheden grotendeels wegvalt. Wat de globale aantrekkelijkheid betreft, kunnen we dus uitgaan van weinig verschil.

De vraag is of we, wat de verschillende criteria van de employer brand betreft, wel meer diepgaande uitspraken kunnen doen. Omdat we de verschillende sectoren over verschillende jaren heen hebben onderzocht kunnen we dit enkel op een onrechtstreekse manier doen, namelijk door de afwijkingen (positief of negatief) ten opzichte van de privésector te vergelijken. Ook hier is enig voorbehoud noodzakelijk omdat de verschillen niet in hetzelfde jaar zijn vastgesteld. Het is zeer waarschijnlijk dat de perceptie van de criteria in de privésector over de jaren heen licht verschilt. Bovendien zijn er slechts acht criteria waarvoor we data voor de drie sectoren hebben. Dit komt omdat sommige criteria werden gewijzigd in het onderzoek doorheen de jaren.

Tussen de social profit en de publieke sector stelden we in het verleden enkele onderlinge verschillen vast. We kunnen duidelijk spreken van een verschillend employer brand DNA. Zo scoort de publieke sector beter dan de social profit voor de criteria werkzekerheid en loon en voordelen maar minder voor CSR en werksfeer.

is er bij de lokale besturen eveneens sprake van een apart employer brand-DNA?  
(vergelijking volgens afwijking tov de privésector = 100)

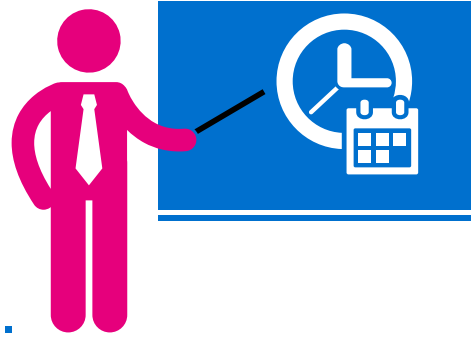
	publiek	social-profit	lokale besturen
financiële gezondheid	100	100	93
werkzekerheid	120	110	113
toekomstperspectieven	111	106	102
CSR	110	118	116
jobinhoud	110	110	107
werksfeer	102	108	107
balans werk/privé	110	106	115
goede reputatie	-	-	100
nieuwste technologieën	-	-	90
loon en voordelen	107	99	100
opleidingen	110	110	-
sterk management en leiderschap	95	99	-

Op een aantal criteria wijkt het profiel van de lokale besturen af. Bij vier criteria is de publieke sector in positieve zin afwijkend van de lokale besturen: financiële gezondheid, werkzekerheid, toekomstperspectieven en loon en voordelen. Bij de social profit is dit alleen het geval voor financiële gezondheid. Wat de balans werk-privé betreft, zijn het de lokale besturen die positief afwijken van publieke sector en social profit. Voor CSR en werksfeer geldt dat enkel ten aanzien van de publieke sector. Buiten de financiële gezondheid slaagt de social profit er niet in zich voor

een bepaald kenmerk positief te profileren ten aanzien van de lokale besturen. Voor heel wat kenmerken is het verschil beperkt.

Al bij al blijken de lokale besturen toch ook een redelijk eigen profiel te hebben. Inzake balans werk/privé onderscheiden ze zich van de publieke sector en de social profit. Wat de werksfeer en CSR betreft, zitten ze dicht bij de social profit dan bij de publieke sector. Voor werkzekerheid zitten ze eveneens dicht bij de social profit dan bij de publieke sector.





## belangrijkste conclusies.

- De globale aantrekkelijkheidsscores van de grote werkgevers in België dalen dit jaar lichtjes. Het gemiddelde daalt van 30,7% naar 30,2%.
- Waarom kiezen mensen voor een bedrijf als werkgever? Traditioneel veranderen de redenen niet sterk op jaarbasis. Het criterium 'loon en voordelen' blijft het belangrijkste en versterkt zelfs zijn positie, wat aansluit bij de betere conjunctuur. Werkzekerheid wordt, een beetje verrassend, heel nipt het tweede belangrijkste criterium vóór werksfeer. De traditionele top drie wordt gevolgd door balans werk-privé. Verrassend is de relatief lage score van jobinhoud. Dit criterium haalde twee jaar geleden nog een score van 44% en was daarmee het vierde belangrijkste criterium. Vorig jaar werd het vervangen door 'stimulerend werk' en 'intrapreneurship'. Deze twee criteria haalden samen opnieuw 44%. Dit jaar werd beslist om terug te keren naar het oorspronkelijke criterium met een sterke terugval van de score als gevolg. Het is voorlopig niet duidelijk waaraan deze terugval te wijten is.
- Dit jaar werd ook nagegaan welke de belangrijkste criteria zijn om bij een werkgever te blijven. Globaal genomen lijkt de retentierangschikking vrij goed op de rekruteringsrangschikking. Salaris en werkzekerheid zijn ook bij retentie de belangrijkste criteria. Toch zijn er enkele belangrijke verschillen. Hoewel salaris zeer belangrijk blijft als retentiecriterium is dit minder het geval dan bij rekrutering. Ook werksfeer lijkt in belang af te nemen. Dit geldt ook voor de toekomstmogelijkheden in het bedrijf. Opvallend is dat de locatie van het bedrijf aan belang wint bij retentie.
- De farmasector is opnieuw de meest aantrekkelijke sector met een kleine voorsprong op de media. Opmerkelijk is dat alle aantrekkelijke sectoren dit jaar meer dan gemiddeld dalende scores kennen. De banken-verzekeringen zitten nog maar eens in de hoek waar de klappen vallen en behoort dit jaar zelfs niet tot de tien meest aantrekkelijke sectoren.
- De farmasector is traditioneel ook de meest aantrekkelijke sector voor de meeste criteria van een employer brand. Dit jaar is dit het geval voor acht van de criteria. Alleen wat de werksfeer en CSR betreft, moet het andere sectoren laten voorgaan. Met uitzondering van CSR staat de sector overal in de top drie.
- Uit het overzicht van de meest aantrekkelijke criteria per sector leren we hoe homogeen het employer brand DNA is van privébedrijven. De financiële gezondheid en de nieuwste technologieën zijn de criteria waar, op één uitzondering na, alle sectoren in uitblinken.
- De lokale besturen, die dit jaar als aparte sector werden bevraagd, komen als meest aantrekkelijke sector uit de bus. De score is wellicht iets te positief omdat de lokale besturen alleen door respondenten uit de eigen provincie werden beoordeeld, terwijl de andere bedrijven gescoord worden door alle respondenten die hen kennen. Niet alleen diegenen uit dezelfde provincie. Toch is het meteen duidelijk dat naast de publieke sector, de social profit, de internationale organisaties en de disruptive brands ook de lokale besturen een geduchte concurrent zijn in de war for talent.



- De aantrekkelijkheid van de lokale besturen komt ook tot uiting bij de verschillende criteria. Bij zowel werkzekerheid, balans werk/privé en CSR komen de lokale besturen als meest aantrekkelijke sector uit de bus. Vergelijken we de private sector met de lokale besturen dan zijn deze laatste voor vijf van de tien criteria duidelijk aantrekkelijker dan de privésector (werksfeer, werkzekerheid, jobinhoud, CSR en balans werk-privé. Bij twee factoren is de privésector aantrekkelijker (financiële gezondheid en nieuwste technologieën). Bij salaris, reputatie en toekomstmogelijkheden is het verschil nihil tot beperkt.
  - Delhaize is dit jaar voor het eerst de meest bekende werkgever met een score van 92%. Delhaize haalt het voor Ikea, Proximus, Colruyt en McDonalds.
  - Privébedrijven scoren het best wat betreft de financiële gezondheid en hun globale reputatie. Ook voor het gebruik van nieuwe technologieën krijgen ze hoge punten. Traditioneel scoren ze het minst op het vlak van aandacht voor milieu en maatschappij, werksfeer en de balans werk/privé. Ook voor jobinhoud ligt de score laag.
  - Lokale besturen scoren het best voor werkzekerheid en balans werk/privé. Daarmee lijken ze goed op de publieke sector. Ze scoren echter ook goed op het vlak van CSR. Wat dat betreft lijken ze dan weer op de social profit-sector. Al bij al hebben de lokale besturen een eigen employer brand DNA dat enerzijds gelijkt op maar ook afwijkt van zowel de publieke sector als de social profit.
  - Janssen Pharmaceutica is dit jaar voor het vierde keer de meest aantrekkelijke privéwerkgever in België. Daarmee evenaart het farmabedrijf de prestatie van eeuwig rivaal GlaxoSmithKline. Uiteraard blijft Janssen Pharmaceutica het enige bedrijf dat sinds het ontstaan van het Randstad-onderzoek altijd de top tien behaalde. Met UCB en Tui zijn er twee nieuwkomers in de top drie. Jan De Nul en Mercedes-Benz vervolledigen de top vijf.
- Nooit eerder in de geschiedenis lagen de scores van de top tien-bedrijven zo dicht bij elkaar. Tussen de nummer één en tien bedraagt het verschil slechts 4,2%. In het verleden waren verschillen van 10% tot zelfs 15% redelijk normaal.
- Zoals steeds blijkt dat de winnaar inzake globale aantrekkelijkheid ook een goed rapport kan voorleggen bij de aparte criteria. Voor Janssen Pharmaceutica is dit niet anders. Voor alle criteria scoort het bedrijf beter dan het globale gemiddelde. Er is geen enkel zwak criterium te bespeuren.
  - Janssen Pharmaceutica zet de globale overwinning kracht bij met drie keer een notering in de top drie van de verschillende criteria (financiële gezondheid, jobinhoud, nieuwste technologieën en loon en voordelen). De grote winnaar is, niet voor het eerst, Jan De Nul dat maar liefst vijf keer als eerste uit de bus komt (werkzekerheid, toekomstperspectieven, jobinhoud, reputatie en salaris en voordelen). Jan De Nul is het enige bedrijf dat dit decennium elk jaar minstens één overwinning behaalde voor een criterium. Andere winnaars zijn Coca-Cola (financiële gezondheid), Van Gansewinkel (CSR), Partena (balans werk/privé) en IBM (nieuwste technologieën).
  - Bij de lokale besturen zijn het Namen en Gent die als meest aantrekkelijke werkgever naar voor komen. De aantrekkelijkheidsscores liggen zoals verwacht hoger dan bij de winnende privébedrijven. Opvallend is de sterke prestatie van Brussel, dat telkens als tweede eindigt. Verrassend is dat ook bij de lokale besturen de scores onderling sterk verschillen. Tussen de nummer één en tien is het verschil bij de Nederlandstaligen meer dan 10% punten, bij de Franstaligen zelfs 23%.
  - Zowel Gent als Namen scoren op alle criteria beter dan het gemiddelde voor de lokale besturen. In beide gevallen is er geen sprake van zwakke plekken. De employer brand rust op een brede basis.

# bijlagen

## lijst van deelnemende privéwerkgevers

(AIB) Vincotte	De Spoorwegen
Accenture	Decathlon
Action Belgium	Delhaize
Adecco	Deloitte
AG Insurance	DEME
AGC	DHL
Agfa	D'ieteren
Ahold (Albert Heijn)	DSV
Alcatel-Lucent Bell	Eandis
Alcon Couvreur	Engie-Electrabel
Aldi	Elia
Aperam Stainless	EY (Ernst & Young)
ArcelorMittal	Esso (EXXONMOBIL)
Atalian (Euroclean)	Estee Lauder
Atlas Copco	Ethias
Atos/Worldline	Euroclear
Audi Brussels	Evonik
Aviapartner	Fabricom
Axa	FN Herstal
Balta	G.O.M.
Barco	G4S
Barry Callebaut	Greenyard
BASF	Group S
Baxter	GlaxoSmithKline
Bayer	H&M
Bekaert (metaal)	H. Essers
Belfius	HP (Hewlett Packard)
BNB	IBM
BNP Paribas Fortis	Ici Paris XL
Borealis	IKEA
Bpost	InBev Belgium
Brico	INEOS
Brussels Airlines	Infracore
C&A	ING
C.B.R. cementbedrijven	Inno
CARE	IPG
Cargill	IRIS (cleaning)
Carrefour	ISS (cleaning, facility center, catering,...)
CBC	Jan De Nul
CEGELEC	Janssen Pharmaceutica
Center Parcs-Sunparks	KBC
Cleaning Masters	Keolis Groep (Keolis Vlaanderen, Eurobus)
CNH Industrial (New Holland)	KPMG
Coca-Cola	Krëfel
Cofely	Kruidvat
Colruyt	La Lorraine Bakery Group
Compass	Laurenty
Cora	Lidl
Cordeel group (Cordeel, IMTECH, ...)	Lotus Bakeries
DAF Trucks	Lunch Garden
Daikin	Makro
De Lijn	Match

McBride  
MediaMarkt  
Mediahuis (Corelio, Concentra)  
Mercedes-Benz  
Mestdagh (Champion, Carrefour Market)  
MIVB  
Mondelez  
Multipharma / Multipar  
Nike  
NLMK  
Okay  
Ontex  
Orange (MOBISTAR)  
Ores  
Partena  
Pfizer  
Philips  
PriceWaterhouseCoopers (PWC)  
Primark  
Procter & Gamble (P&G)  
Proximus  
Publifin (Tecteo)  
Puratos  
Quality Meat Renmans  
Randstad  
Realdolmen  
Recticel  
Robert Bosch  
Roularta  
Rtbf  
Sabca  
Safran (Aero Boosters, Aircraft Engine services)  
Saint-Gobain  
Sd Worx  
Securex  
Securitas  
Seris  
SGS  
Siemens  
Sodexo  
Solvay  
Sonaca  
SPIE  
Start People  
Suez  
SWIFT  
Swissport  
TEC  
Telenet  
Tempo-Team  
Tenneco Automotive  
Thomas & Piron

TNT  
Total  
Toyota  
Tractebel  
TUI  
TVH  
UCB  
Umicore  
Unilin  
Van Gansewinkel  
Van Hool  
Van Marcke  
Vandemoortele  
Vanden Borre  
Veolia  
Volvo Cars  
Volvo Group Belgium (Trucks & Parts)  
Vrt  
Westvlees  
Wienerberger  
Zara  
Zeeman

## Centrumsteden

stad Aalst  
stad Antwerpen  
stad Brugge  
stad Brussel  
stad Genk  
stad Gent  
stad Hasselt  
stad Kortrijk  
stad Leuven  
stad Mechelen  
stad Oostende  
stad Roeselare  
stad Sint-Niklaas  
stad Turnhout  
ville d' Arlon  
ville de Charleroi  
ville de Eupen  
ville de La Louvière  
ville de Liège  
ville de Mons  
ville de Mouscron  
ville de Namur  
ville de Nivelles  
ville de Seraing  
ville de Tournai  
ville de Verviers

