

Sparkey &
HR strategy & insights



A&O-fonds
Provincies

Ontwikkeling naar een sterk werkgeversmerk van de 12 provincies in Nederland

Rapportage

M221358
Maart 2023

Anna Newen, Nienke Havermans,
Francine Wattimury

POWERED BY
motivation

Achtergrond en doelstelling (1/2)

De tekorten op de huidige arbeidsmarkt zijn historisch groot: het aantal vacatures overtreft het aantal werkzoekenden nog steeds ruim. Met veel werknemers die de pensioenleeftijd bereiken en minder aanwas van jongeren is de vijver van (jong) nieuw talent daarom krimpemde. Dat is zeker het geval in de minder dichtbevolkte provincies, waar in absolute zin relatief minder jonge professionals beschikbaar zijn. De provincies Zeeland, Flevoland en Drenthe staan in die zin voor de grootste uitdaging. Het aandeel jongeren is het grootst in de vier grote steden, waarbij Utrecht en Amsterdam het meest in trek zijn. Deze provincies staan voor een andere uitdaging: de concurrentie van andere organisaties en bedrijven, die eveneens om de aandacht van jong talent strijden, is groot in deze regio's. Het belang van de arbeidsmarkt campagne is in die zin voor alle provincies groot.



Bron: CBS

Inwoners en arbeidsparticipatie per regio

Regio's	Totaal 15-75 jaar (x 1 000)	Totaal 22-40 (x 1 000)	22-40 % van Totaal	Netto arbeidsparticipatie 15-75 (%)
Nederland	13.228	4.242	24,1	72,2
Groningen (PV)	450	151	25,5	70,4
Fryslân (PV)	481	138	21,1	71,6
Drenthe (PV)	365	96	19,2	70,6
Overijssel (PV)	872	269	22,9	73,5
Flevoland (PV)	330	110	25,4	73,4
Gelderland (PV)	1.574	473	22,4	72,9
Utrecht (PV)	1.027	353	25,8	75
Noord-Holland (PV)	2.219	767	26,4	72,7
Zuid-Holland (PV)	2.827	957	25,5	71,3
Zeeland (PV)	284	79	20,4	71
Noord-Brabant (PV)	1.955	610	23,5	72,8
Limburg (PV)	844	240	21,4	68,1
Amsterdam (gemeente)	714	322	36,5	72,8
's-Gravenhage (gemeente)	427	159	28,7	67,4
Rotterdam (gemeente)	507	205	31,2	68,2
Utrecht (gemeente)	286	136	37,5	77,2

Bron: CBS (2022)

Achtergrond en doelstelling (2/2)

De 12 provincies zitten met een uitdaging in een al overspannen arbeidsmarkt. Het huidige stoffige imago zit hen in de weg om jongere werknemers aan te trekken. Ze willen meer hun vernieuwende en innovatieve kant laten zien en daarom komt er in april een campagne. A&O-fonds Provincies wenst daarom meer inzicht in het huidige imago van de 12 provincies onder young professionals. Met dit onderzoek, uitgevoerd door Sparkey | Motivation wilden zij relevante informatie ophalen om waar nodig de nieuwe campagne aan te kunnen scherpen. Deze input wordt gebruikt voor een passende en effectieve strategie voor arbeidsmarktcommunicatie richting jongere werknemers.

De doelstelling van het onderzoek is tweeledig:

- 1. Inzicht in het werkgeversimago van de 12 provincies onder de jongere werknemers**
- 2. Input voor/aanscherping van de arbeidsmarkt-communicatiestrategie voor het aantrekken van nieuwe, jongere medewerkers**

De volgende onderzoeksvragen worden beantwoord:

- Hoe worden de 12 provincies als werkgever gezien door de potentiële werknemersdoelgroepen?
- Wat vinden deze doelgroepen belangrijk aan een werkgever?
- Hoe kunnen de 12 provincies het imago als werkgever optimaliseren en haar relevantie en aantrekkelijkheid onder de doelgroepen vergroten?
- Wat betekent dit voor de arbeidsmarkt-communicatiestrategie?

Leeswijzer

Opbouw rapportage

In dit rapport komen achtereenvolgend de volgende onderdelen aan bod:

- De onderzoeksmethode
 - De belangrijkste conclusies en adviezen
 - De resultaten
 - Verdieping en bijlagen
-
- Grafieken die een bevinding niet direct onderbouwen, maar wel een verdiepend inzicht bieden, staan in het hoofdstuk 'Verdieping'.
 - Voor enkele kleinere provincies is het sample klein. In deze rapportage bekijken we de resultaten daarom vooral voor de 12 provincies als *geheel*. In de verdieping zijn enkele resultaten per provincie weergegeven. Die resultaten zijn *indicatief*.

Significante verschillen

Indien er verschillen zijn tussen de verschillende groepen, wordt dit aangegeven in het rapport. In tekst of grafieken geven we een significante oververtegenwoordiging t.o.v. het totaal weer in het **groen** en een significante ondervertegenwoordiging in het **oranje**.

Grafieken

In enkele grafieken tellen de percentages niet op tot honderd procent. In dit geval gaat het om (kleine) afrondingsverschillen. In verband met leesbaarheid worden in bepaalde grafieken percentages van 3% of kleiner niet getoond.

Koppelingen

De blauwe teksten zijn koppelingen binnen dit document. Klik op het icoon/de tekst en spring naar de bijbehorende pagina.

Methode en opzet



Kwantitatief onderzoek

Dit onderzoek is opgezet als een kwantitatief online onderzoek. Bij deze methode vullen respondenten de vragenlijst in eigen tijd en tempo in achter de eigen computer. De voordelen van online onderzoek zijn minimale belasting van respondenten en minder sociaal wenselijke antwoorden.



Doelgroepen en sample

- Bruto sample: 22-40 jarige Nederlanders
- Netto doelgroep na selectie in onderzoek: Nederlandse beroepsbevolking, HBO+ opgeleid of studierend, met voldoende spreiding over de 12 provincies. Zie [bijlage](#) voor respons per provincie. In de rapportage refereren we naar de doelgroep als **Young professionals**.
- Het sample is niet gewogen.



Vragenlijst

- 25 vragen, 6 achtergrondvragen, 19 inhoudelijke vragen.
- Gemiddelde invulduur: 5 minuten



Veldwerk

- Het veldwerk is uitgevoerd door Sparkey | Motivaction.
- Uitgenodigd: n=6.309
- Respons: n=1.461 (response rate 23%)
- Gekwalificeerd n=660 (incidence rate 45%)
- Veldwerkperiode: 01-02-2023 t/m 17-02-2023

Hoofdconclusie

Hoewel de vijver waar provincies uit kunnen vissen qua young professionals klein is, stemmen de resultaten uit het onderzoek hoopvol. Jongeren kijken positief naar de overheid, en specifiek ook de provincies, als werkgever. Er is ruimte om het beeld dat men heeft van de provincie nog verder in te kleuren, zeker als het gaat om wat je daar precies doet, en dat werken voor een provincie zeker uitdagend kan zijn. Naast het aanpassen van imagocampagnes naar de behoeftes van de doelgroep is het daarna ook van belang om intern de verwachtingen die buiten, op dit moment al, bestaan ook waar te maken. Behoud van talent is in deze tijd immers net zo belangrijk als het binnenhalen van vers bloed. En zeker voor een doelgroep die sterk leunt op de adviezen van 'peers' zijn interne ambassadeurs soms nog belangrijker dan de beste arbeidsmarktcampagne. De concurrentie, ook binnen de overheid, is sterk. Hoewel de provincies hun eigen thema's en identiteit hebben kunnen de provincies samen en eendrachtig met een campagne naar buiten treden. De grootste kansen liggen immers in het eigen achterland, waarbij de 12 provincies onderling niet elkaars grootste concurrenten zijn.

De hoofdconclusie wordt onderbouwd door drie deelconclusies

Deelconclusies (1/2)

I. Het imago van de provincies is eerder positief dan negatief. Wel is er nog ruimte om het imago verder in te kleuren.

- Een groot deel van de young professionals is bekend met de eigen provincie als werkgever.
- Ruim een derde van de young professionals die een beeld hebben zouden bij de eigen provincie willen werken.
- Het imago van de provincie als werkgever is eerder positief dan negatief, vooral op het gebied van maatschappelijke impact. Er is nog wel ruimte om het imago verder in te kleuren.
- Men verwacht veel samen te werken in functies bij provincie.
- Men verwacht bij de provincie interessant werk, met maatschappelijke invloed, waar je trots op kunt zijn.
- Jongeren verwachten veel regels, maar hebben verder eerder positief dan negatief beeld van de organisatiecultuur bij provincies.

II. De provincie heeft weliswaar een goede bekendheid en imago, maar zal dit imago op enkele punten sterker moeten laden om aan te haken bij de concurrentie. Voor young professionals zijn maatschappelijke thema's van secundair belang bij het zoeken naar werk. Op de aspecten die van primair belang zijn, scoren concurrenten, die bovendien vaker top of mind zijn als werkgever, beter.

- Maatschappelijke thema's zijn van secundair belang bij de keuze van young professionals voor een werkgever. Zaken als arbeidsvoorwaarden, werksfeer, de inhoud van het werk en werkprivé-balans zijn de belangrijkste eerste eisen waar een werkgever aan moet voldoen.
- Een kleine minderheid verwacht uitdaging en verantwoordelijkheid (49%) in het werken bij de provincie.
- De provincie heeft concurrentie van de Rijksoverheid op aspecten die voor de werkenden het meest belangrijk zijn. Young professionals schrijven de provincies wel vaker eigenschappen toe die te maken hebben met mens en maatschappij.
- Rijksoverheid en gemeentes worden vaker spontaan als favoriete werkgever genoemd. De provincie wordt enkele keren genoemd.
- Tweederde van de young professionals staat ervoor open om bij een overheidsinstantie aan de slag te gaan. De Rijksoverheid en gemeentes krijgen hierin de voorkeur en zijn daarmee belangrijke concurrenten.

Deelconclusies (2/2)

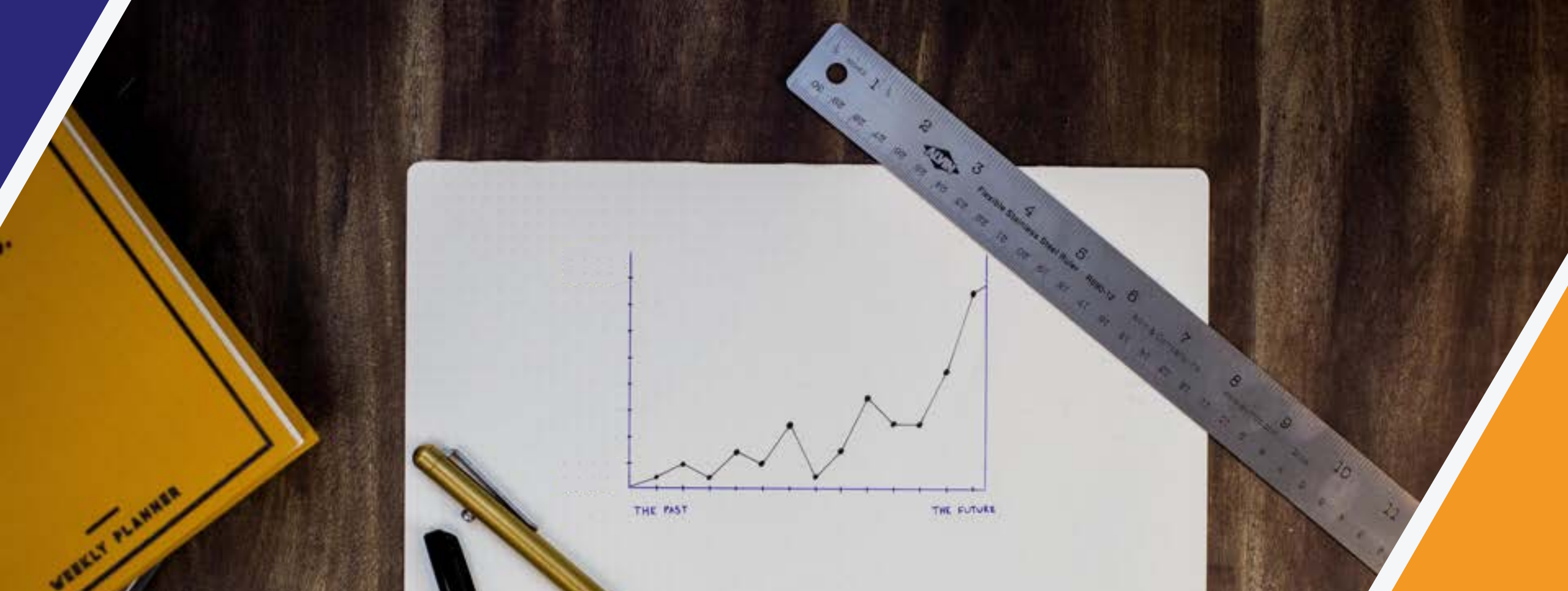
III. De grootste kansen bij het werven van de doelgroep liggen in de eigen provincie, waarbij de concurrentie tussen provincies onderling verwaarloosbaar lijkt. Ambassadeurs binnen de eigen organisatie zijn van cruciaal belang bij de werving van jong talent.

- Young professionals verkiezen hun eigen provincie boven andere provincies als zij bij een provincie aan de slag zouden gaan.
- Bovendien willen zij liever niet buiten de provinciegrenzen werken.
- Een korte reisafstand naar werk wordt ook vaak genoemd als belangrijke eigenschap aan een werkgever.
- Over verschillen tussen provincies wat betreft werkgeverschap bestaat geen eenduidig beeld.
- De eigen omgeving, 'via via', is de belangrijkste bron waar young professionals in zoeken naar werk.

Advies

Om de huidige arbeidsmarktstrategie aan te scherpen, om zo nieuwe, jongere medewerkers aan te trekken, raden we de provincies aan het volgende te doen:

- **Kleur het imago van de 12 provincies naar buiten verder in.** Over het algemeen is het beeld dat young professionals van de provincies hebben goed, maar een aanzienlijke groep heeft nog geen duidelijk beeld van wat werken bij de provincie inhoudt. Vertel de doelgroep in arbeidsmarktcampagnes met name wat je precies kunt doen bij de organisatie, welke functies er zijn en dat werken bij de provincie ook uitdagend kan zijn. Hou daarbij in gedachten dat gemeentes, met voor young professionals potentieel korte reisafstanden, belangrijke concurrenten zijn. Hoe onderscheidt het werken bij provincies zich van werken bij andere overheidsinstanties? Maak daarbij gebruik van de al bestaande positieve associaties. Young professionals zien de provincies als organisaties waar je interessant werk doet met een maatschappelijke impact, waar je trots op kunt zijn en waarin je veel samenwerkt. Dit zijn waarden die de huidige medewerkers ook naar buiten kunnen dragen.
- **Verlies de 'hygiënefactoren', de primaire behoeften, niet uit het oog.** De provincie scoort ten opzichte van concurrentie vooral goed op thema's die met mens en maatschappij te maken hebben. Er zijn echter ook, meer primaire, behoeften die in orde moeten zijn, willen young professionals voor een werkgever kiezen. Denk hierbij aan aspecten zoals werksfeer, salaris, werkprivé-balans. De provincie scoort goed op 'hygiënefactoren' die in dit onderzoek aan bod zijn gekomen, maar sommige onderwerpen zijn hier niet getoetst. Met sterke concurrentie van bijvoorbeeld de Rijksoverheid zullen de provincies op deze thema's wellicht niet onderscheidend zijn, maar het is wel van belang ze in het achterhoofd te houden.
- **Maak gebruik van interne ambassadeurs en hou de achterdeur dicht.** De provincies hebben bij de (potentiële) doelgroep een positief imago. Het is dus ook zaak om het beeld dat extern bestaat intern waar te maken. Young professionals zoeken het liefst in de eigen omgeving naar nieuw werk en werken idealiter dicht bij huis. Ambassadeurs onder huidige medewerkers, die de provincie als werkgever in hun omgeving aanraden, zijn dus cruciaal. Dit geldt ook voor medewerkers die bij de organisatie vertrekken. Uitstroom is natuurlijk, maar zorg er door middel van goede exit-interviews (en al eerder, door bijvoorbeeld 'stay-interviews') voor dat je een goed beeld hebt wat er nodig is om medewerkers binnen boord te houden en trek hier je lessen uit. Dit draagt er uiteindelijk aan bij dat de achterdeur gesloten, of toch zeker op een kier, blijft.



Resultaten



Het imago van de provincies is eerder positief dan negatief. Wel is er nog ruimte om het imago verder in te kleuren.

Groot deel van de young professionals is bekend met provincies als werkgever

De meerderheid van de young professionals kan zich een voorstelling maken van de provincies als werkgever. 82% kent de eigen woonprovincie als werkgever van naam, dat is hoger dan bij concurrenten de Rijksoverheid, Interpolis en Eneco. Van de mensen die hun woonprovincie kennen stelt daarna een meerderheid (64%) minstens een beetje beeld te hebben van deze organisatie als werkgever. Bij de Rijksoverheid is dit nog vaker het geval, maar bij Interpolis en Eneco heeft men minder vaak een beeld.

Welke van de onderstaande organisaties ken je, al is het alleen van naam? (Basis – allen)

	Provincie (n=660)	Rijksoverheid (n=660)	Interpolis (n=660)	Eneco (n=660)
Ken ik niet	18%	29%	38%	38%
Ken ik wel	82%	71%	62%	62%

In hoeverre heb je een beeld van de volgende organisaties/bedrijven als werkgever? (Basis – Kent organisatie van naam)

	Provincie (n=542)	Rijksoverheid - (n=467)	Interpolis (n=406)	Eneco (n=407)
Heb ik helemaal geen beeld bij	37%	26%	51%	47%
Heb ik een beetje beeld bij	45%	48%	36%	41%
Heb ik een goed beeld bij, maar ik heb er geen directe werkervaring mee	15%	17%	12%	12%
Heb ik een goed beeld bij, omdat ik er nu werk of heb gewerkt	4%	9%	1%	1%

Ruim een derde van de young professionals die een beeld hebben zou bij de eigen provincie willen werken

Van de respondenten die minimaal enigszins een beeld hebben van de provincie zou 39% er willen werken. Bij de Rijksoverheid ligt dit aandeel nog hoger (42%). Voor Interpolis is dit een stuk lager, namelijk 15%.

In hoeverre zijn de volgende aspecten van toepassing op [organisatie] als werkgever?

(Basis - Heeft enigszins beeld van werkgever)

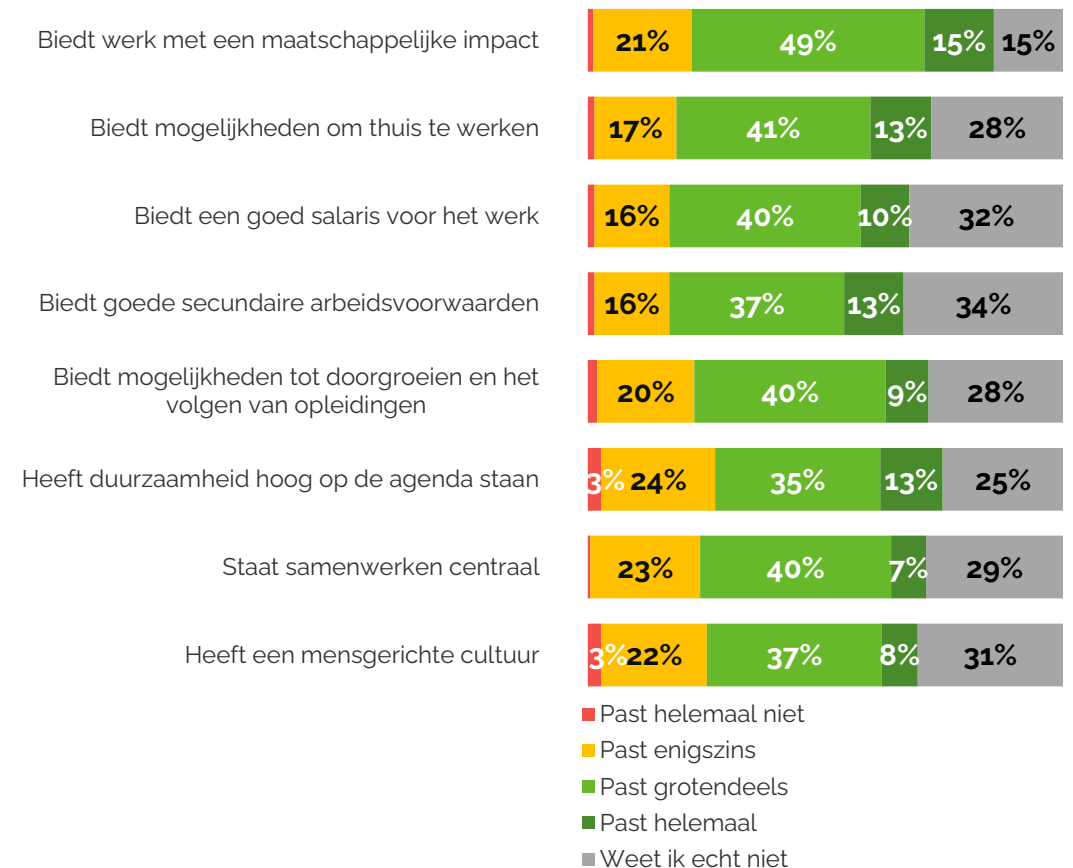
	Gemiddeld	Provincies (n=343)	Rijks- overheid (n=344)	Interpolis (n=197)
Zou ik willen werken	35%	39%	42%	15%

Verwachting bij provincie eerder positief dan negatief, vooral op het gebied van maatschappelijke impact. Er is nog wel ruimte om het imago verder in te kleuren

Young professionals die minimaal enigszins een beeld hebben, beoordeelden de organisaties in dit onderzoek op een aantal imagoaspecten. De provincie scoort op al deze aspecten eerder positief dan negatief. Dat geldt met name voor het bieden van werk met maatschappelijke impact (64% past grotendeels of helemaal). Voor veel van de onderwerpen vinden respondenten het nog moeilijk om in te schatten of deze van toepassing zijn op de organisatie: ongeveer 30% van hen geeft aan dit niet te weten.

In hoeverre zijn de volgende aspecten van toepassing op [woon provincie] als werkgever?

(Basis - Heeft enigszins beeld van werkgever, n=343)



Men verwacht veel samen te werken in functies bij provincie

Young professionals verwachten dat werken bij de provincie inhoudt dat je veel samenwerkt met verschillende partijen (73% (helemaal) eens). Dat sluit aan bij het beeld dat provincies zelf ook hebben van de eigen organisatie.

In hoeverre ben je het eens met de deze stelling over [woon provincie] als werkgever?

(Basis - Heeft enigszins beeld van werkgever, n=343)

Als je bij [woon provincie] werkt, werk je veel samen met allerlei verschillende partijen

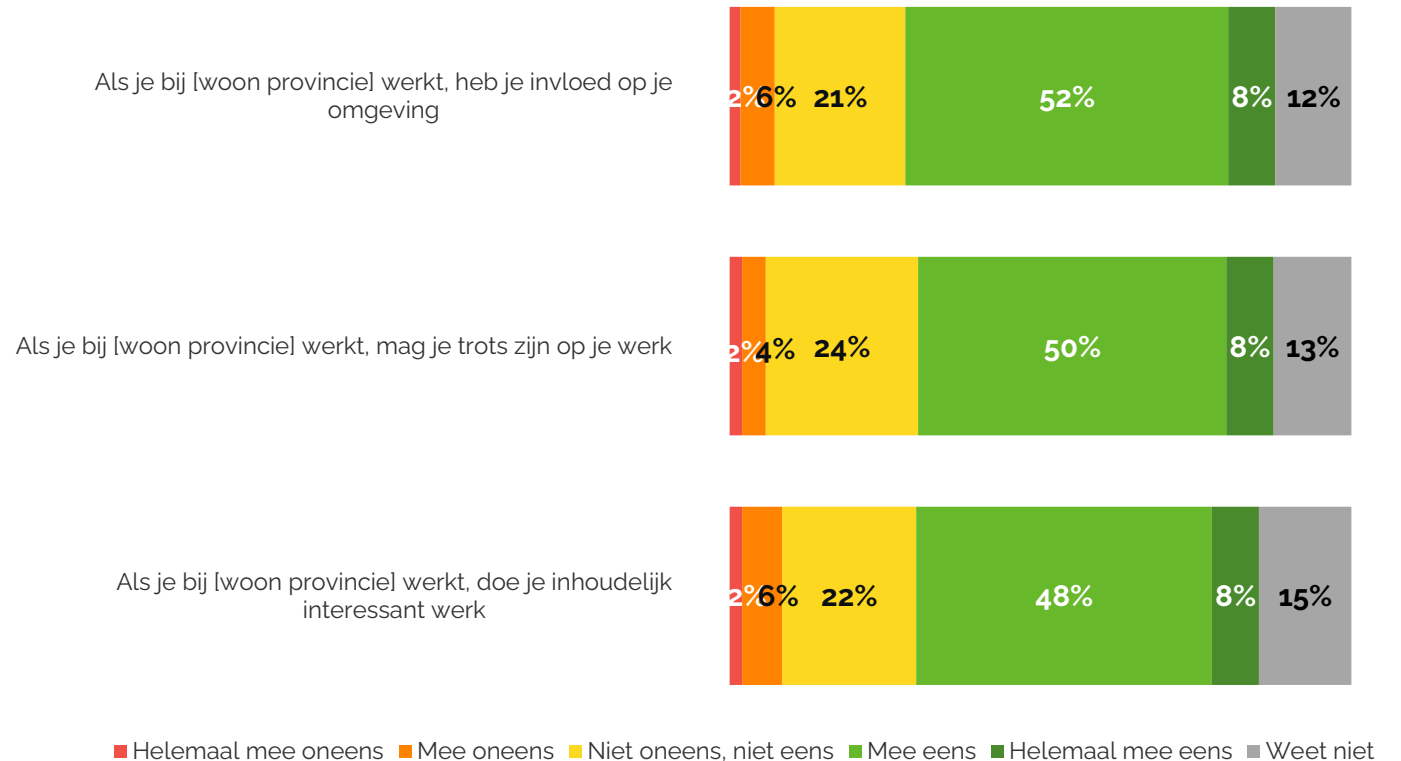


Men verwacht bij de provincie interessant werk, met maatschappelijke invloed, waar je trots op kunt zijn

De young professionals die een beeld hebben van de provincie als werkgever verwachten hier inhoudelijk interessant werk (56%), met invloed op de omgeving (60%), waar je trots op kunt zijn (58%). Ook hier is er een aanzienlijke groep die neutraal is of geen mening heeft, maar de provincies scoren hier eerder positief dan negatief.

In hoeverre ben je het eens met de deze stelling over [woon provinciaal] als werkgever?

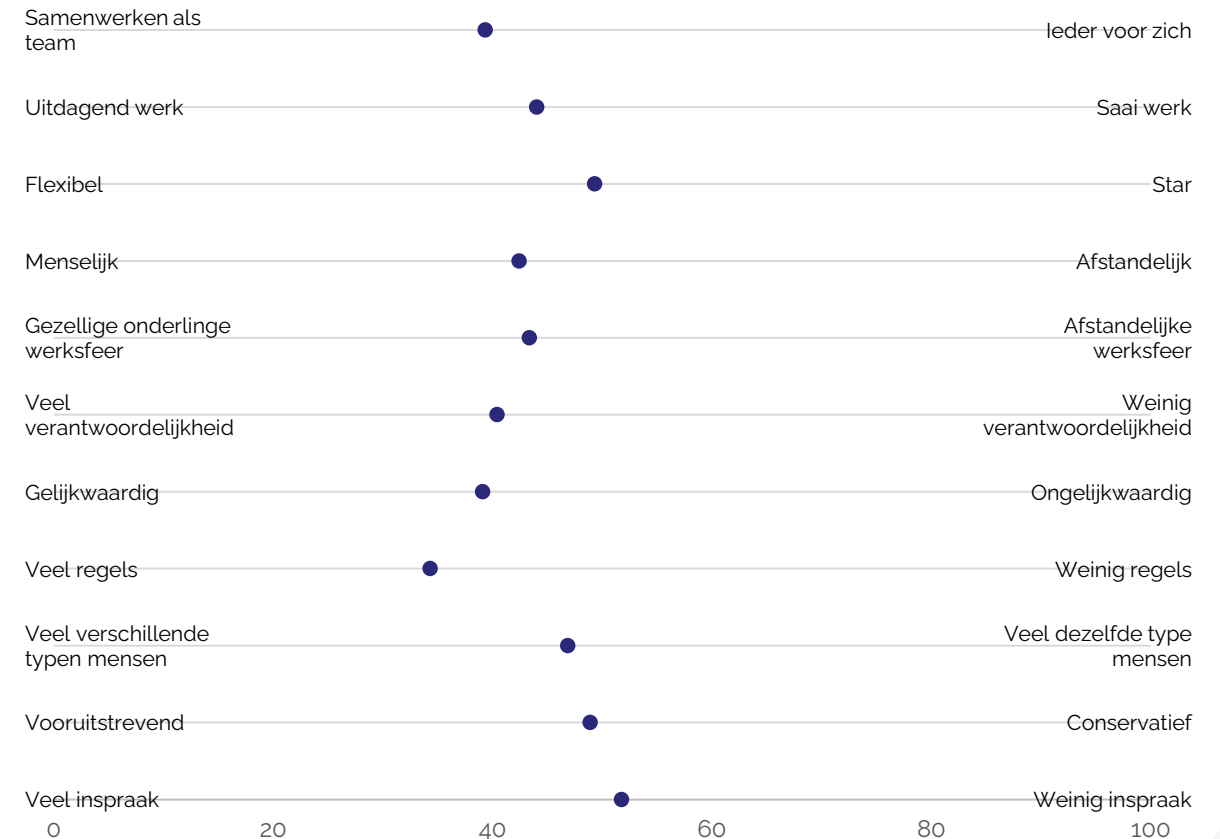
(Basis - Heeft enigszins beeld van werkgever, n=343)



Young professionals verwachten veel regels, maar hebben verder eerder positief dan negatief beeld van de organisatiecultuur

Respondenten hebben geen uitgesproken beeld van de organisatiecultuur bij de provincies, maar zijn ook hier eerder positief dan negatief. Wel verwachten zij bij de provincies eerder veel dan weinig regels.

Welke van de volgende tegengestelde eigenschappen vind je beter passen bij [woon provincie] als werkgever (schuif 0-100)?
(Basis – Heeft enigszins beeld van organisatie)





De provincie heeft weliswaar een goede bekendheid en imago, maar zal dit imago op enkele punten sterker moeten laden om aan te haken bij de concurrentie. Voor young professionals zijn maatschappelijke thema's van secundair belang bij het zoeken naar werk. Op de aspecten die van primair belang zijn, scoren concurrenten, die bovendien vaker top of mind zijn als werkgever, beter.

Maatschappelijke thema's zijn van secundair belang bij keuze voor werkgever

Een prettige werksfeer, goed salaris, goede werkprivé-balans en inhoudelijk interessant werk zijn de belangrijkste aspecten bij de keuze voor een nieuwe werkgever voor de young professionals. Thema's die meer te maken hebben met mens en maatschappij, zijn voor deze groep van een secundair belang. Zo kiest 18% van de respondenten bij de keuze voor een werkgever maatschappelijke impact als één van de vijf belangrijkste aspecten.

Kun je aangeven welke van de volgende aspecten jij van belang vindt in de keuze voor een (nieuwe) werkgever? (Maximaal 5)

Een aantrekkelijke werkgever biedt/heeft/staat:
(Basis - allen, n=660)



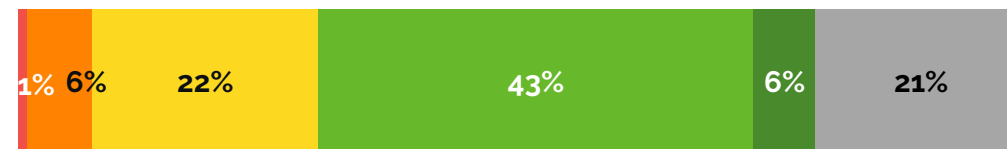
Kleine minderheid verwacht uitdaging en verantwoordelijkheid bij provincie

Het hebben van uitdaging in werk is relatief belangrijk voor young professionals: 28% van hen kiest dit als één van de vijf meest belangrijke aspecten van een werkgever. Van de 16 imagoaspecten staat dit onderwerp op de zesde plek qua belang. 49% van de respondenten met een beeld bij de provincie verwacht uitdaging bij de organisatie. Verder is 22% neutraal en geeft 21% geen mening.

In hoeverre ben je het eens met de deze stelling over [woon provincie] als werkgever?

(Basis - Heeft enigszins beeld van werkgever, n=343)

Als je bij [woonprovincie] werkt, krijg je veel uitdaging en verantwoordelijkheid



- Helemaal mee oneens
- Mee oneens
- Niet oneens, niet eens
- Mee eens
- Helemaal mee eens
- Weet niet

Belang aspect ranking: #6

Concurrentie van Rijksoverheid op aspecten die voor werknemers meest belangrijk zijn

Vergeleken met de concurrenten valt op dat de provincies relatief goed scoren op aspecten die te maken hebben met mens en maatschappij (bijv. 'Biedt werk met een maatschappelijke impact' of 'Heeft duurzaamheid hoog op de agenda'). Ook op het aspect 'Staat samenwerken centraal' scoren de provincies hoog. De Rijksoverheid scoort relatief goed op onderwerpen als arbeidsvoorwaarden, ontwikkelmogelijkheden en thuiswerken. Interpolis scoort op alle aspecten relatief laag ten opzichte van de overheidsinstanties.

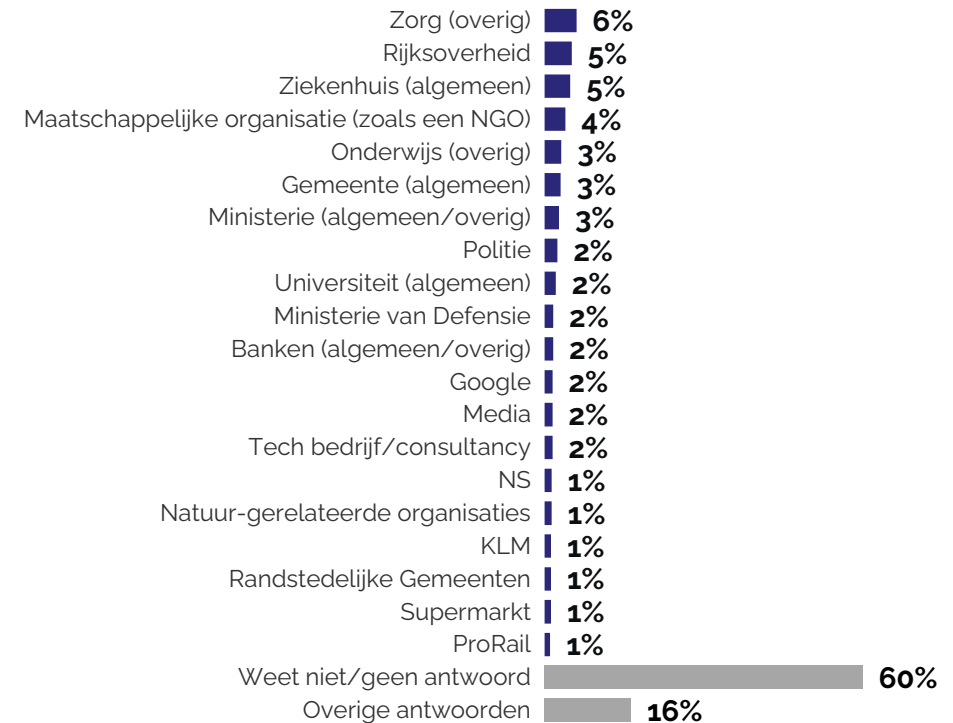
In hoeverre zijn de volgende aspecten van toepassing op [organisatie] als werkgever?
(Basis – Heeft enigszins beeld van werkgever)

	Belang aspect ranking	Gemiddeld	Provincies (n=343)	Rijks-overheid (n=344)	Interpolis (n=197)
Biedt een goed salaris voor het werk	2	49%	50%	56%	33%
Biedt goede secundaire arbeidsvoorwaarden	5	49%	49%	59%	31%
Biedt mogelijkheden tot doorgroeien en het volgen van opleidingen	8	49%	49%	57%	34%
Biedt mogelijkheden om thuis te werken	9	53%	54%	59%	43%
Biedt werk met een maatschappelijke impact	11	58%	64%	69%	28%
Staat samenwerken centraal	13	41%	48%	44%	24%
Heeft duurzaamheid hoog op de agenda staan	12	40%	48%	43%	21%
Heeft een mensgerichte cultuur	10	38%	44%	39%	24%
Zou ik willen werken	-	35%	39%	42%	15%

Rijksoverheid en gemeentes spontaan vaker favoriet

Aan het begin van het onderzoek kregen de young professionals de open vraag bij welke drie organisatie zij zouden willen werken. De zorg (6%), Rijksoverheid (5%) (de ministeries in het algemeen worden hier ook los door 3% genoemd) en ziekenhuizen in het algemeen (5%) zijn hier het vaakst favoriet. Ook gemeentes in het algemeen (3%) scoren relatief hoog. Vijf respondenten noemden de provincie spontaan.

Als je denkt aan werkgevers bij wie je nog weleens zou willen werken, welke drie bedrijven/organisaties komen dan als eerste in je op? (Top 20)
(Basis - allen, n=660)

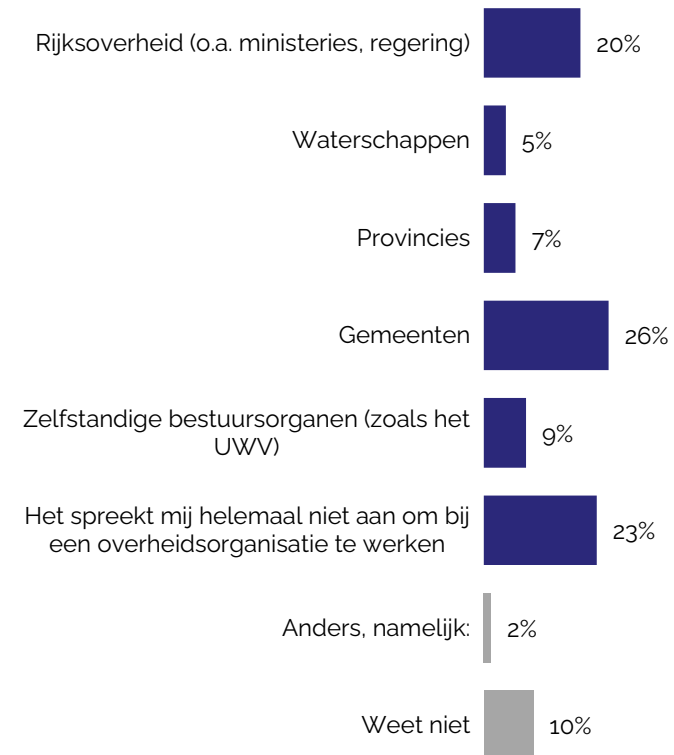


Rijksoverheid en gemeentes belangrijke concurrenten

Tweederde van de young professionals staat ervoor open om bij een overheidsinstantie aan de slag te gaan. Een kwart heeft voorkeur voor een gemeente, 20% zou bij de Rijksoverheid willen werken. 7% zou als eerst voor de provincie kiezen.

Als je ervoor zou kiezen om bij een overheidsinstantie te werken, welk type organisatie spreekt je dan het meest aan?

(Basis - allen, n=660)





De grootste kansen bij het werven van de doelgroep liggen in de eigen provincie, waarbij de concurrentie tussen provincies onderling verwaarloosbaar lijkt. Ambassadeurs binnen de eigen organisatie zijn van cruciaal belang bij de werving van jong talent.

Young professionals verkiezen werken bij hun eigen provincie boven werken voor andere provincies

Respondenten zouden, als zij bij de provincie aan de slag zouden gaan, het liefst in de eigen provincie werken. Dat geldt het sterkst voor inwoners van de provincie Limburg, en in mindere mate voor inwoners van de provincie Flevoland (41%). Respondenten kregen ook nog de, open, vervolgvraag waarom zij voor een bepaalde provincie kozen. De (korte) reisafstand was hier de meest genoemde reden.

Als je kon kiezen, bij welke provincie zou je het liefst willen werken?													
	Provincie Groningen	Provincie Friesland	Provincie Drenthe	Provincie Overijssel	Provincie Gelderland	Provincie Zuid-Holland	Provincie Limburg	Provincie Noord-Holland	Provincie Utrecht	Provincie Noord-Brabant	Provincie Zeeland	Provincie Flevoland	Allen
Provincie Groningen	63%	0%	22%	0%	1%	0%	0%	1%	0%	1%	0%	4%	5%
Provincie Friesland	3%	77%	4%	2%	1%	1%	0%	0%	2%	0%	0%	0%	5%
Provincie Drenthe	0%	3%	61%	0%	0%	1%	0%	1%	2%	2%	0%	0%	3%
Provincie Overijssel	0%	3%	0%	71%	1%	0%	0%	0%	2%	0%	0%	4%	6%
Provincie Gelderland	5%	0%	0%	6%	66%	1%	5%	2%	2%	0%	0%	4%	9%
Provincie Zuid-Holland	0%	0%	0%	2%	0%	69%	0%	2%	0%	2%	6%	7%	13%
Provincie Limburg	0%	0%	0%	2%	1%	1%	77%	0%	2%	0%	0%	0%	6%
Provincie Noord-Holland	0%	0%	4%	0%	1%	2%	2%	65%	0%	2%	0%	7%	10%
Provincie Utrecht	0%	0%	0%	0%	3%	1%	0%	4%	75%	1%	0%	0%	8%
Provincie Noord-Brabant	0%	0%	0%	0%	4%	2%	2%	1%	2%	75%	0%	0%	11%
Provincie Zeeland	0%	0%	0%	0%	1%	1%	0%	0%	0%	1%	76%	4%	3%
Provincie Flevoland	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	41%	2%
Maakt me echt niet uit	5%	3%	0%	4%	9%	12%	2%	5%	8%	6%	18%	11%	7%
Ik zou bij geen enkele provincie willen werken	24%	13%	9%	14%	9%	11%	12%	18%	8%	8%	0%	19%	12%
Totaal Ondervraagden	n = 38	n = 31	n = 23	n = 51	n = 74	n = 118	n = 43	n = 91	n = 64	n = 83	n = 17	n = 27	n = 660

Young professionals werken het liefst binnen de eigen provinciegrenzen

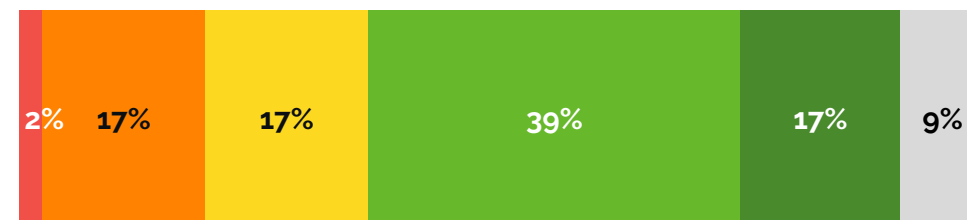
De meerderheid van de young professionals zou liever niet in een andere provincie dan de eigen provincie willen werken (56% (zeer) eens). 19% van de respondenten is het niet eens met deze stelling.

In het onderzoek is verder open doorgevraagd welke aspecten young professionals belangrijk vinden aan een (nieuwe) werkgever. Een korte reisafstand werd daar vaak genoemd als belangrijk kenmerk.

In hoeverre ben je het oneens of eens met de volgende stellingen?

(Basis - allen, n=660)

Ik zou niet snel voor een andere provincie gaan werken dan de provincie waarin ik woon



- Zeer oneens
- Oneens
- Niet eens, niet oneens
- Eens
- Zeer eens
- Weet ik echt niet

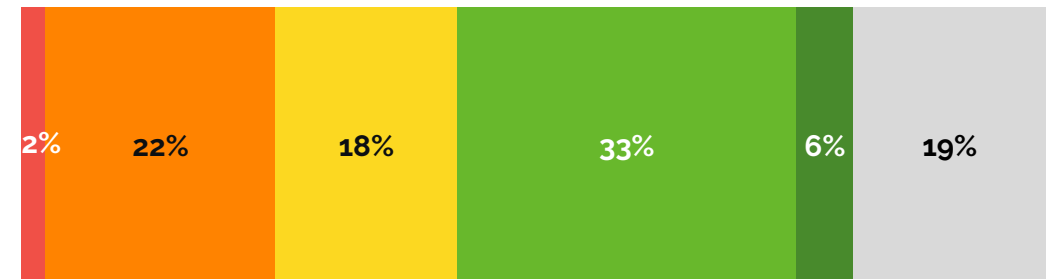
Over verschillen tussen provincies wat betreft werkgeverschap bestaat geen eenduidig beeld

Hoe het imago van de 12 provincies qua werkgeverschap van elkaar verschilt is uit het onderzoek moeilijk af te leiden. 39% van de young professionals denkt dat er weinig verschil is tussen de provincies als werkgever, 24% is het daar niet mee eens. Verder is 37% neutraal of weet dit niet.

In hoeverre ben je het oneens of eens met de volgende stelling?

(Basis - allen, n=660)

Ik denk dat er weinig verschil is tussen de provincies qua werkgeverschap



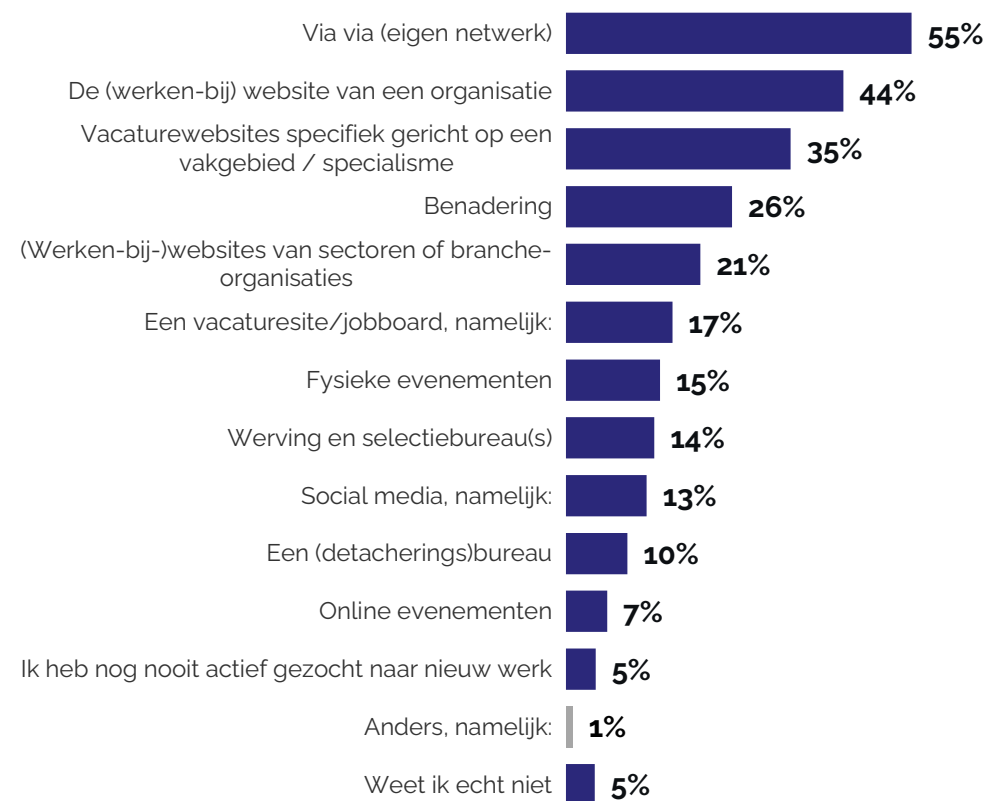
- Zeer oneens
- Oneens
- Niet eens, niet oneens
- Eens
- Zeer eens
- Weet ik echt niet

De eigen omgeving is de belangrijkste bron waar young professionals in zoeken naar werk

Als young professionals op zoek gaan naar een nieuwe baan, dan doen zij dat het liefst via het eigen netwerk (55%). Ook werken-bij-pagina's van organisaties (44%) en vakgerichte vacaturewebsites (35%) zijn favoriet.

Hoe kom jij het liefst in aanraking met kansen/vacatures wanneer je op zoek bent naar een nieuwe baan?

(Basis - allen, n=660)





Verdieping

Sparkey
HR strategy & insights

POWERED BY
motivaction

Naamsbekendheid provincies

	Gemiddeld	Provincie Groningen n=38	Provincie Friesland n=31	Provincie Drenthe n=23	Provincie Overijssel n=51	Provincie Gelderland n=74	Provincie Zuid-Holland n=118	Provincie Limburg n=43	Provincie Noord-Holland n=91
Kent van naam*	69%	92%	87%	91%	86%	77%	75%	86%	81%
Heeft minstens enigszins beeld (gecorrigeerd naar totaal)**	42%	53%	71%	65%	53%	45%	38%	60%	59%

	Gemiddeld	Provincie Utrecht n=64	Provincie Noord-Brabant n=83	Provincie Zeeland n=17	Provincie Flevoland n=27	Rijksoverheid n=660	Interpolis n=660	Eneco n=660
Kent van naam*	69%	83%	83%	94%	74%	71%	62%	62%
Heeft minstens enigszins beeld (gecorrigeerd naar totaal)**	42%	55%	49%	71%	48%	52%	30%	33%

*Welke van de onderstaande organisaties ken je, al is het alleen van naam? (alleen eigen provincie en 2 aangrenzende provincies voorgelegd)

**In hoeverre heb je een beeld van de volgende organisaties/bedrijven als werkgever? (voorgelegd indien kent organisatie van naam)

Imagoaspecten per provincie

	Gemiddeld	Provincie Groningen (n=37)	Provincie Friesland (n=41)	Provincie Drenthe (n=37)	Provincie Overijssel (n=34)	Provincie Gelderland (n=64)	Provincie Zuid-Holland (n=89)	Provincie Limburg (n=53)	Provincie Noord-Holland (n=64)
(1)* Biedt een goed salaris voor het werk	50%	49%	51%	46%	50%	52%	54%	55%	45%
(6) Biedt goede secundaire arbeidsvoorwaarden	50%	51%	49%	38%	56%	52%	55%	55%	50%
(8) Biedt mogelijkheden tot doorgroeien en het volgen van opleidingen	50%	46%	51%	38%	59%	48%	55%	55%	45%
(9) Biedt mogelijkheden om thuis te werken	53%	62%	61%	54%	68%	55%	51%	47%	50%
(11) Biedt werk met een maatschappelijke impact	59%	68%	63%	54%	68%	61%	71%	66%	66%
(13) Staat samenwerken centraal	42%	46%	49%	38%	59%	42%	52%	51%	36%
(12) Heeft duurzaamheid hoog op de agenda staan	42%	51%	44%	43%	59%	56%	49%	45%	45%
(10) Heeft een mensgerichte cultuur	38%	43%	34%	30%	59%	39%	46%	43%	44%
Zou ik willen werken	33%	43%	39%	35%	29%	31%	38%	34%	25%

	Allen (n = 1155)	Provincie Utrecht (n=79)	Provincie Noord-Brabant (n=71)	Provincie Zeeland (n=24)	Provincie Flevoland (n=21)	Rijksoverheid (n=344)	Interpolis (n=197)
(1)* Biedt een goed salaris voor het werk	50%	48%	59%	50%	57%	56%	33%
(6) Biedt goede secundaire arbeidsvoorwaarden	50%	46%	55%	54%	62%	59%	31%
(8) Biedt mogelijkheden tot doorgroeien en het volgen van opleidingen	50%	48%	52%	50%	52%	57%	34%
(9) Biedt mogelijkheden om thuis te werken	53%	43%	52%	50%	62%	59%	43%
(11) Biedt werk met een maatschappelijke impact	59%	65%	58%	67%	67%	69%	28%
(13) Staat samenwerken centraal	42%	43%	42%	50%	62%	44%	24%
(12) Heeft duurzaamheid hoog op de agenda staan	42%	46%	39%	50%	48%	43%	21%
(10) Heeft een mensgerichte cultuur	38%	41%	42%	50%	52%	39%	24%
Zou ik willen werken	33%	33%	30%	25%	48%	42%	15%

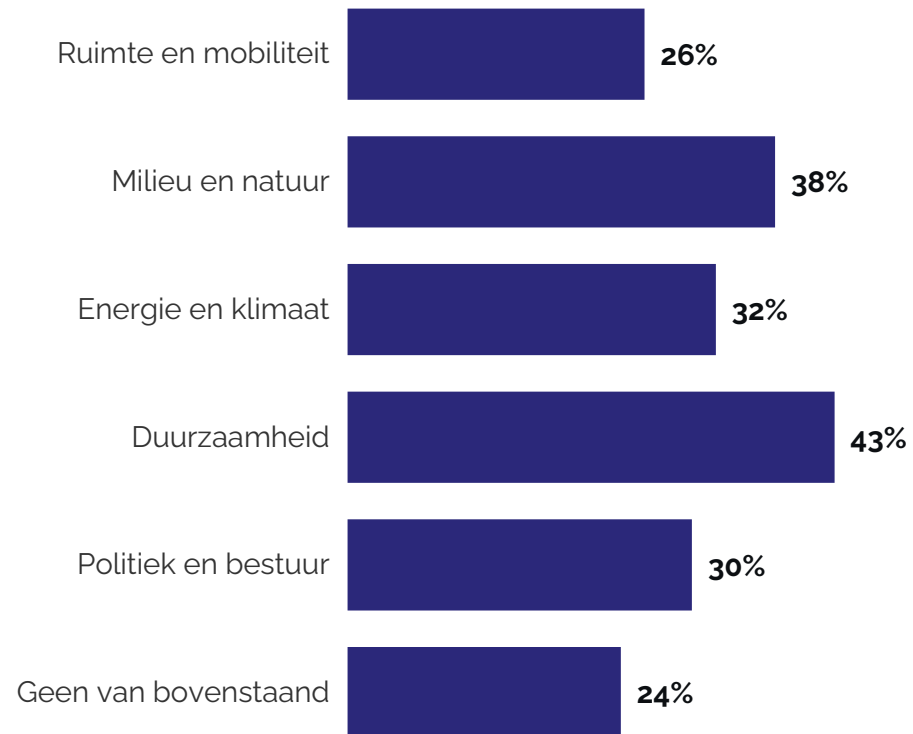
*(#) Belang ranking aspect

%= Past grotendeels + Past helemaal

Ervaring in beleid/consultancy

In welke van de onderstaande onderwerpen heb je ervaring of interesse, binnen het vakgebied van beleid en/of consultancy?

(Basis - Werkt/Wil werken in Beleid/Consultancy, n=191)



Bijlagen



POWERED BY
motivaction

Onderzoekstechnische informatie - kwantitatief

Veldwerkperiode

Het veldwerk is uitgevoerd in de periode 01-02-2023 tot 17-02-2023.

Methode respondentenselectie

Uit het StemPunt-panel van Motivaction

Incentives

De respondenten hebben als dank voor deelname aan het onderzoek punten voor het StemPunt spaarprogramma ontvangen

Weging

Er is geen weging uitgevoerd.

Toetsing

Door middel van statistische toetsing wordt vastgesteld of de resultaten per subgroep in de steekproef ook duiden op verschillen in de onderzoekspopulatie. Formeel uitgedrukt wordt de nulhypothese -dat er geen verschil is tussen de groepen -getoetst tegen de alternatieve hypothese dat er wel een verschil is tussen de groepen. Als de kans op de geobserveerde steekproefresultaten gegeven de nulhypothese kleiner is dan 5%, wordt de nulhypothese verworpen en is het aannemelijk dat er een verschil is tussen de groepen. Dit noemen we een significant verschil.

In de resultaten wordt het antwoord van elke groep getoetst ten opzichte van het gemiddelde van alle andere groepen samen. Hierbij wordt een t-toets gebruikt. Indien een bepaald resultaat voor een groep niet significant afwijkt, dan kan dat betekenen dat er geen verschil is ten opzichte van de andere groepen óf dat de steekproef te klein is om dit verschil vast te stellen.

Responsverantwoording online onderzoek

In de veldwerkperiode is aan 6.309 personen een uitnodigingsmail verstuurd. Op de slotdatum van het veldwerk (zie bij Veldwerkperiode) was het gewenste aantal vragenlijsten ingevuld en is de toegang tot de vragenlijst op internet afgesloten.

Bewaartermijn primaire onderzoeksbestanden

Digitaal beschikbare primaire onderzoeksbestanden worden tenminste 12 maanden na afronden van het onderzoek bewaard. Beeld- en geluidsopnames op cd en niet digitaal beschikbare schriftelijke primaire bestanden zoals ingevulde vragenlijsten, worden tot 12 maanden na afronden van het onderzoek bewaard.

Overige onderzoekstechnische informatie

Overige onderzoekstechnische informatie en een exemplaar van de bij dit onderzoek gehanteerde vragenlijst is op aanvraag beschikbaar voor de opdrachtgever.

Respons per provincie

Kenmerken		
	n	%
Provincie		
1 Groningen	38	5,8
2 Friesland	31	4,7
3 Drenthe	23	3,5
4 Overijssel	51	7,7
5 Gelderland	74	11,2
6 Zuid-Holland	118	17,9
7 Limburg	43	6,5
8 Noord-Holland	91	13,8
9 Utrecht	64	9,7
10 Noord-Brabant	83	12,6
11 Zeeland	17	2,6
12 Flevoland	27	4,1
Totaal	660	100

Auteursrecht

De gegevens in dit document zijn strikt vertrouwelijk. Het auteursrecht ligt bij Motivaction International B.V. Verveelvoudiging en/of openbaarmaking van dit document is slechts toegestaan na voorafgaande schriftelijke toestemming van de directie van Motivaction.

Beeldmateriaal

Motivaction heeft datgene gedaan wat redelijkerwijs van ons verwacht kan worden om de rechthebbenden op beeldmateriaal te achterhalen. Mocht u desondanks menen recht te kunnen doen gelden op gebruikt beeldmateriaal, neem dan contact op met Motivaction.

Pers- en publicatiebeleid

Het vermelden van de naam van Motivaction in persberichten en/of andere publicaties over door Motivaction uitgevoerd onderzoek is gebonden aan een aantal voorwaarden, zoals vastgelegd in ons [Pers- en publicatiebeleid](#).

Algemene voorwaarden

Artikel 1 – Algemeen

Deze Algemene Voorwaarden zijn van toepassing op alle overeenkomsten tussen Motivaction International B.V. (hierna: de 'Opdrachtnemer') en een (potentiële) opdrachtgever (hierna: de 'Opdrachtgever') met betrekking tot door Opdrachtnemer te verrichten marktonderzoek (hierna: de 'Opdracht'). Afwijkingen van deze Algemene Voorwaarden kunnen uitsluitend schriftelijk worden overeengekomen en gelden alleen voor de Opdracht waarop zij van toepassing zijn verklaard.

De wijze waarop Opdrachtnemer onderzoek uitvoert is gecertificeerd conform de ISO-20252:2019 norm voor markt-, opinie- en sociaal wetenschappelijk onderzoek. Het managementsysteem voor informatiebeveiliging van Opdrachtnemer is gecertificeerd conform ISO 27001:2015. Het milieumanagementsysteem van Opdrachtnemer is ISO14001:2015 gecertificeerd.

Artikel 2 – MOA-voorwaarden

Voor zover in de onderhavige Algemene Voorwaarden daar niet expliciet van wordt afgeweken, zijn op alle Opdrachten de Algemene Voorwaarden van de MarktOnderzoekAssociatie Nederland (hierna te noemen: de '**MOA-voorwaarden**') van toepassing. De MOA-voorwaarden zijn te downloaden op www.moaweb.nl onder 'Over de MOA'. Op verzoek worden de voorwaarden toegezonden.

Artikel 3 – Offertes

Met inachtneming van het bepaalde in Artikel 3 van de MOA-voorwaarden gelden door Opdrachtnemer aan Opdrachtgever verstrekte offertes voor een termijn van 30 dagen na dagtekening van de offerte, terwijl Opdrachtnemer zich het recht voorbehoudt om na het verstrijken van deze termijn de planning en/of de kosten, in overleg met Opdrachtgever, aan te passen.

Artikel 4 – Intellectuele eigendomsrechten

Indien bij de uitvoering van de Opdracht door Opdrachtnemer gebruik wordt gemaakt van de door Opdrachtnemer ontwikkelde segmentatiemodellen 'Mentality' en/of 'BusinessLocus', dan wel van daarop gebaseerde nieuw ontwikkelde segmentatiemodellen, geldt dat alle (intellectuele eigendoms)rechten, zowel met betrekking tot die modellen als met betrekking tot de daarmee verzamelde data, aan Opdrachtnemer zullen (blijven) toebehoren.

Het voorgaande betekent, onder meer, dat ingeval Opdrachtgever de met de genoemde segmentatiemodellen verzamelde data van Opdrachtnemer ter beschikking heeft gekregen, Opdrachtgever deze niet zonder schriftelijke toestemming van Opdrachtnemer als basis voor ander onderzoek of doel (dan dat waarop de Opdracht betrekking had) mag gebruiken, of om welke reden dan ook aan derden ter beschikking mag stellen of door derden mag doen gebruiken, bij gebreke waarvan Opdrachtgever schadeloos zal zijn.

Artikel 5 – Facturering

Met inachtneming van het bepaalde in Artikel 8 van de MOA-voorwaarden geschiedt de facturering in twee termijnen: twee derde bij de opdrachtbevestiging en een derde na afronding van de Opdracht. Opdrachtnemer behoudt zich echter het recht voor van deze bepaling af te wijken en in één termijn te factureren bij opdrachtbevestiging; bedragen tot € 10.000,- zullen altijd in één keer gefactureerd worden.

Deze Algemene Voorwaarden van Motivaction International B.V. zijn gedeponneerd bij de Griffie van de Arrondissementsrechtbank te Amsterdam onder nummer 58/2012, versie juni 2012

Indien in deze offerte sprake is van het aanbieden van door Motivaction International B.V. ontwikkelde of te ontwikkelen software producten, dan zijn naast de Algemene voorwaarden Motivaction International B.V. de Algemene voorwaarden IT-Development Motivaction International B.V. van toepassing. Deze voorwaarden zijn te vinden op de website www.motivaction.nl onder de kop Over Motivaction.



**POWERED BY
motivaction**



**Motivaction
International B.V.**

Marnixkade 109F
1015ZL Amsterdam

Postbus 15262
1001MG Amsterdam

020 589 83 83

info@motivaction.nl

www.motivaction.nl