

# “Hoe zoeken werkzoekenden?”

Doyen G. en Lamberts M. (2001), Hoe zoeken werkzoekenden? HIVA, K.U.Leuven.

**Het gaat goed op de Vlaamse arbeidsmarkt. Sinds een aantal jaren stijgt de werkgelegenheid en daalt de werkloosheid. Toch kampen zowel vraagzijde als aanbodzijde van de arbeidsmarkt nog met problemen. Bedrijven ondervinden steeds meer moeilijkheden om vacatures in te vullen. Daarnaast is er de problematiek van de ‘restgroep’ van werklozen die ondanks de verhoogde arbeidsvraag, de bemiddeling en de vele opleidings- en werkervaringsinitiatieven niet aan het werk geraken.**

**De afstemming (‘matching’) tussen vraag- en aanbodzijde op de arbeidsmarkt blijft dus van groot belang. Belangrijk aspect hierbij is dat werkzoekenden toegang hebben tot de kanalen die bedrijven gebruiken om vacante functies bekend te maken. Werkgevers gebruiken bepaalde wervingskanalen om informatie over vacatures bekend te maken. Werkzoekenden gebruiken zoekkanalen om deze informatie te achterhalen. Een zo goed mogelijke aansluiting tussen wervings- en zoekkanalen bevordert de afstemming tussen vraag en aanbod. Vandaar het uitgangspunt van dit onderzoek<sup>1</sup>: heeft iedere werkzoekende gelijke toegang tot de verschillende kanalen?**

Aan de respondenten werd gevraagd of zij al dan niet actief of passief naar werk gezocht hadden tijdens de voorbije zes maanden. We stellen vast dat 18% van de bevroegde werkzoekenden te kennen geeft de voorbije zes maanden op geen enkele manier naar werk gezocht te hebben. 42% geeft te kennen actief gezocht te hebben tijdens de voorbije zes maanden, de groep van de eerder passieve zoekers is echter bijna even groot (40%). Niet-werkenden antwoordden vaker dat ze gezocht hadden dan werkenden, en jongere werkzoekenden vaker dan oudere werkzoekenden. Daarnaast gaven mannen vaker aan dat ze gezocht hadden dan vrouwen. Langdurig werklozen (> 1 jaar werkloos) en werkenden hadden vaker passief gezocht dan de kortdurig werklozen. De jongere werkzoekenden hadden actiever gezocht dan de oudere werkzoekenden.

## Zoeken werkzoekenden?

Om het zoekgedrag van zowel werkende als niet-werkende werkzoekenden in Vlaanderen in kaart te brengen, werd (van april 2000 tot juli 2000) een mondelinge bevraging bij een representatieve steekproef van 547 (zowel werkende als niet-werkende) werkzoekenden georganiseerd. Het ging om respondenten die als werkzoekend geregistreerd stonden bij de VDAB.

## Welke zoekkanalen?

We onderzochten de verschillende zoekkanalen *in detail*. Onderstaand schema toont de zoekkanalen zoals ze aan bod kwamen in dit onderzoek. De zoekkanalen werden ingedeeld in formele zoekkanalen (audiovisuele kanalen, geschreven kanalen, formele bemiddeling), informele zoekkanalen en spontaan solliciteren. Tabel 1 bevat een selectie van de gebruikte kanalen door de bevroegde werkzoekenden.

De werkzoekenden die op een of andere manier naar werk gezocht hebben tijdens de zes maanden voorafgaand aan het interview, *beperken zich niet tot één kanaal* maar hebben gemiddeld zes verschillende zoekkanalen gebruikt. Oudere werkzoekenden hebben minder verschillende zoekkanalen gebruikt dan jongere. Er zijn geen andere significante verschillen tussen de werkzoekenden.

Wanneer we nagaan wie van de werkzoekenden *intensiever gebruik maakt van zoekkanalen* dan anderen, stellen we vast dat mannen intensiever zoekkanalen gebruiken dan vrouwen en dat hoe ouder de werkzoekende is, hoe minder intensief hij/zij gebruik maakt van zoekkanalen. Andere verschillen (naar herkomst, scholingsniveau, werkloosheidsduur) zijn niet significant.

## Meest gebruikte kanalen?

De meest gebruikte zoekkanalen werden bovenaan in de tabel geplaatst. Zo zien we dat *advertenties in de lokale pers* het meest gebruikte zoekkanaal vormen. 58% van de zoekers heeft (minimum) wekelijks op deze manier gezocht. Slechts 20% van de werkzoekenden heeft niet gezocht via de lokale pers. De *nationale pers* komt op de tweede plaats met 42% wekelijkse gebruikers. 36% van de werkzoekenden heeft de voorbije zes maanden geen enkele keer gezocht in nationale kranten of tijdschriften.

Advertenties in nationale en lokale pers zijn twee traditionele zoekkanalen. Het derde kanaal in het lijstje, de *WIS-computer* van de VDAB is niet traditioneel, maar heeft duidelijk een vaste plaats verworven bij de meest gebruikte kanalen. 16% van de

**Tabel 1.**

Het gebruik van de zoekkanalen gedurende de voorbije zes maanden, in %

Zoekkanaal	Nooit	1-2x	3-5x	1x/ maand	2-3x/ maand	1x/week of meer	N (=100%)
Lokale pers	20,3	4,7	2,0	7,8	7,3	57,9	448
Nationale pers	36,3	3,8	3,1	7,6	7,3	41,9	448
WIS-computer (VDAB)	41,7	14,3	10,1	7,4	10,5	15,9	445
Rondvragen bij familie, vriend of kennis	35,9	18,7	15,1	10,5	8,7	11,1	448
Interimkantoor	50,2	18,5	7,8	6,0	5,6	11,8	447
Spontaan langsgaan bij werkgever	66,1	19,2	6,3	3,3	2,9	2,2	447
Persoonlijke begeleiding VDAB	68,3	18,4	5,4	2,9	2,5	2,5	440
VDAB-vacatures op teletekst	69,0	8,5	4,7	7,1	4,0	6,7	448
Goed woordje van familie, vriend of kennis	69,3	18,9	6,7	2,2	1,3	1,6	448
Spontaan brief (of e-mail) sturen	72,5	10,5	6,0	2,0	4,7	4,2	447
Goed woordje van invloedrijk persoon	87,9	8,9	1,6	0,9	0,4	0,2	447
Wervings- en selectiebureau	89,3	7,8	1,8	0,4	0,7	0,0	448
School of opleidingsinstantie	91,5	5,1	1,8	0,2	0,9	0,4	448
Opendeurdag bedrijf	93,3	5,4	1,1	0,2	0,0	0,0	447
Persoonlijke begeleiding (niet VDAB)	93,7	2,9	0,9	0,9	0,4	1,1	445
Jobinfobeurs	94,7	5,3	0,0	0,0	0,0	0,0	435
VDAB-jobclub	95,7	3,0	0,5	0,7	/	0,2	436
Websites van bedrijven*	46,4	13,4	8,0	6,3	8,9	17,0	111
Vacaturewebsites*	32,7	15,0	9,7	4,4	8,0	30,1	112

\* Deze twee laatste kanalen in de tabel hebben enkel betrekking op de internetgebruikers.

zoekers, keek (minimum) wekelijks op de WIS-computer. WIS blijkt het meest populaire zoekkanaal binnen het VDAB-aanbod. Van de bevroegde werkzoekenden heeft één op drie zijn of haar curriculum vitae in het *KISS-bestand* (Kandidaten Informatie- en Selectiesysteem) ingevoerd. Ook *persoonlijke bemiddeling van de VDAB* is gekend en wordt gebruikt, hoewel de grootste groep slechts één maal contact heeft gehad de voorbije zes maanden. Andere diensten van de VDAB die aanbod kwamen, waren VDAB-vacatures op teletekst, op de radio, VDAB-jobclub en VDAB-outplacement. Deze diensten werden in mindere mate gebruikt door de werkzoekenden.

Vierde in de lijst is het *rondvragen aan familie, vrienden of kennissen*. 11% van de zoekers heeft dit wekelijks gedaan. Op de vijfde plaats komen de *uitzendkantoren*. De helft van de zoekers heeft tijdens de zes maanden voorafgaand aan de bevraging minstens één keer werk gezocht via een interimbureau.

Het gebruik van internet in de zoektocht naar werk wordt nog sterk beïnvloed door de toegang tot dit medium. Meer dan de helft van de bevroegde werkzoekenden (58%) heeft op geen enkele manier toegang tot internet (dus ook niet bij kennissen, in de bibliotheek, enz.). 25% heeft thuis een internetaansluiting. De overige werkzoekenden hebben niet thuis maar wel elders toegang tot internet. Hoe hoger het opleidingsniveau, hoe groter de kans dat de werkzoekende thuis over internet beschikt. Allochtonen hebben minder vaak een internetaansluiting dan autochtonen.

Mede hierdoor heeft slechts een kwart (26%) van de werkzoekenden al ooit via internet gezocht. Maar zij die via internet zoeken, doen dit wel intensief. 17% van de internetgebruikers surft minstens één keer in de week op websites van bedrijven en zelfs 30% zoekt wekelijks of dagelijks op vacaturewebsites. De meest bezochte websites zijn respectievelijk VDAB, Vacature en Job@. Van diegenen die ooit via internet gezocht hebben naar werk, heeft 65% thuis internet.

## Wie zoekt hoe?

---

In de vorige paragraaf werd aangetoond dat sommige kanalen meer gebruikt worden dan andere.

In dit onderzoek werd echter ook per kanaal nagegaan of er verschillen waren in gebruik naar geslacht, leeftijd, origine, opleidingsniveau en werkloosheidsduur van de werkzoekenden.

*Mannen en vrouwen* zoeken in veel gevallen via dezelfde kanalen. Toch gebruiken mannen bepaalde kanalen vaker dan vrouwen. Zij zoeken vaker via internet, maken meer gebruik van persoonlijke bemiddeling en gaan vaker langs een interimbureau. Hoewel mannen en vrouwen even vaak rondvragen bij familie, vrienden en kennissen, vragen mannen vaker een aanbeveling door deze personen bij een mogelijke werkgever. Mannen en vrouwen schrijven even veel spontane sollicitatiebrieven maar mannen gaan vaker spontaan langs bij een werkgever.

*Oudere werkzoekenden* hebben minder vaak gezocht op de WIS-computer. Zij zochten minder vaak op internet en hadden minder contact met een uitzendkantoor dan jongere werkzoekenden. Dat ouderen minder vaak zochten via een school of opleidingsinstantie maar zich wel vaker inschreven bij een Plaatselijk Werkgelegenheidsagentschap is vrij logisch. Verder schreven oudere werkzoekenden minder spontane sollicitatiebrieven en gingen ze minder vaak spontaan langs bij een werkgever.

*Langdurig werklozen* (> 1 jaar werkloos), zoeken minder vaak via een interimbureau dan kortdurig werklozen. Wel is de kans groter dat zij zich ooit hebben ingeschreven bij een Plaatselijk Werkgelegenheidsagentschap, wat logisch is gezien de voorwaarden om in aanmerking te komen voor een PWA-job. Andere verschillen waren niet significant.

Er is slechts één significant verschil tussen kortdurig werklozen en de werkende (> 6 maanden aan het werk) werkzoekenden: werkenden hebben vaker gezocht via advertenties in lokale of regionale kranten dan kortdurig werklozen. Wanneer we de recent werkenden (< 6 maanden aan het werk) vergelijken met de kortdurig werklozen blijkt dat zij minder vaak op websites van bedrijven zochten, en minder vaak gezocht hebben via een school of opleidingsinstantie dan kortdurig werklozen. Recent werkenden hebben vaker een goed woordje gevraagd aan familie, vrienden of kennissen dan de kortdurig werklozen.

Het *scholingsniveau* blijkt een belangrijke factor te zijn voor het zoekgedrag. Langdurige werkloosheid gaat vaak samen met een laag scholingsniveau. Uit de analyses blijkt dat niet zozeer de langdurige werkloosheid maar vooral het lage scholingsniveau het gebruik van bepaalde kanalen beïnvloedt. Laaggeschoolden hebben hun CV minder in het KISS-bestand geplaatst dan de middengroep, zij hebben minder gezocht via jobadvertenties in nationale pers maar zijn vaker spontaan langs werkgevers gegaan dan de middengroep. Hoe hoger het opleidingsniveau, hoe vaker men werk zoekt via internet. Hooggeschoolden hebben op hun beurt minder vaak gezocht via advertenties in lokale of regionale kranten dan de middelbaar geschoolden, zij hadden minder vaak contact met een interimbureau en schreven zich zelden in bij een PWA. Zij gebruiken wel vaker dan de middengroep een wervings- en selectiebureau. Hooggeschoolden schrijven meer spontane sollicitatiebrieven dan de middengroep.

Hoewel het taalprobleem voor vele *allochtonen* een hindernis is bij het gebruik van de meeste zoekkanalen, wijkt hun zoekgedrag in weinig gevallen significant af van dit van de autochtone bevolking. Personen van allochtone herkomst hebben minder vaak gezocht op vacaturewebsites, maar hebben meer gebruik gemaakt van persoonlijke bemiddeling. Zij informeren vaker bij familie, vrienden en kennissen en vragen vaker een goed woordje van deze mensen bij een werkgever. Mensen van allochtone afkomst gaan vaker spontaan langs bij een werkgever dan autochtonen.

## **Aspecten van zoeken naar werk**

Tot slot bieden we puntsgewijs een zicht op *andere facetten van zoekgedrag* en de verschillen hierin *tussen bepaalde groepen van werkzoekenden*.

- Van de werkzoekenden had 24% het voorbije half jaar een bijkomende opleiding gevolgd. Hogeropgeleiden doen dit vaker dan lagergeschoolden.
- De meest gebruikte vorm van solliciteren is een telefonische reactie op een vacature. 45% van de werkzoekenden had het voorbije half jaar op die manier gesolliciteerd. Bijna even populair zijn de schriftelijke sollicitaties (41%) als reactie op een vacature. 35% was minstens één keer spontaan langsgegaan bij een werkgever.

- Uit onderzoek blijkt dat spontane sollicitaties voor werkgevers één van de belangrijkste wervingskanalen vormen (na het plaatsen van advertenties). Als zoekkanaal wordt spontaan solliciteren echter veel minder aangewend door werkzoekenden.
- Van de werkzoekenden beschikt 78% over een rijbewijs en 62% over een auto. Laaggeschoolden hebben minder vaak een rijbewijs en ook minder vaak een auto dan hogergeschoolden.
- Niet alle werkzoekenden ondervinden even veel hindernissen bij het zoeken naar werk. Vrouwen zeggen vaker dan mannen dat ze enkel jobs kunnen vastkrijgen waar anderen op neerkijken. Voor ouderen is dit ook een grotere hindernis dan voor jongere werkzoekenden. Voor langdurig werklozen en laaggeschoolden is een slechte gezondheid een grotere hindernis dan voor kortdurig werklozen en hogergeschoolden. Voor 45% van de allochtonen is het feit dat werkgevers aarzelen een allochtoon aan te nemen, een serieuze hindernis. Allochtonen zeggen ook vaker dan autochtonen dat ze enkel tijdelijke jobs kunnen vastkrijgen of jobs waar anderen op neerkijken.
- Allochtone werkzoekenden willen sneller aan de slag dan autochtone werkzoekenden, maar allochtonen ervaren meer hindernissen tijdens hun zoektocht.
- Wanneer de partner, een familielid of een vriend sterk betrokken is bij het zoeken naar een job, maakt de werkzoekende meer gebruik van de zoekkanalen, wordt er vaker gesolliciteerd en besteedt men ook meer geld aan het zoeken.
- Van de werkzoekenden is 29% op zoek naar een deeltijdse job. Vrouwen en oudere werkzoekenden zoeken vaker een deeltijdse job dan mannen en jongere werkzoekenden.
- Wanneer werkzoekenden worden gevraagd naar eisen waaraan een geschikte job moet voldoen, zijn vooral een eerlijk loon en goede verhoudingen op het werk belangrijk. Daarna volgt een job op eigen niveau en een contract van onbepaalde duur. Voor vrouwen is het belangrijker dan voor mannen dat de job goed te combineren is met een gezin. Laaggeschoolden stellen minder voorwaarden aan een geschikte job dan hooggeschoolden.

Uit dit onderzoek blijkt dat zoeken naar werk niet voor iedereen hetzelfde inhoudt en voor sommi-

gen een veel moeilijkere opgave is dan voor anderen. Het Vlaamse tewerkstellingsbeleid kan deze bevindingen aangrijpen om de toegang tot de zoekkanalen voor bepaalde groepen te verbeteren en hindernissen tijdens het zoekproces weg te werken.

*Gerlinde Doyen*  
*Hiva*

#### **Noot**

1. Dit onderzoek werd uitgevoerd in opdracht van minister Landuyt, Vlaams minister van Werkgelegenheid en Toerisme, in het kader van het VIONA-arbeidsmarktonderzoeksprogramma. Het wervingsgedrag van bedrijven wordt door het HIVA in opdracht van UPEDI, tweejaarlijks in kaart gebracht (Denolf L., Denys J. & Simoens P. (1999), Hoe werven bedrijven in België in 1998?, UPEDI, Brussel). De gegevens van 2000 zijn op dit moment nog niet beschikbaar.