

NOA 2010



Meer bereiken. Met Wegener

De Twentsche Courant Tubantia

WEGENER Media



NOA in vogelvlucht

- Het Nationaal Onderzoek Arbeidsmarkt (NOA) geeft antwoord op onder andere de volgende vragen:
 - hoe oriënteert de potentiële doelgroep zich op de arbeidsmarkt?
 - welke media gebruiken ze daarvoor?
 - wat vinden ze belangrijk bij het kiezen van een nieuwe functie?



Wat maakt NOA bijzonder?

- NOA is het enige onderzoek in Nederland dat als currency gebruikt kan worden in de mediaplanning voor arbeidsmarktcommunicatie.
- Het levert bereikcijfers voor dagbladen, huis-aan-huisbladen, tijdschriften, vakbladen, internetsites, jaarboeken en evenementen/ beurzen in combinatie met alle doelgroepgegevens. Op basis daarvan kunnen adverteerders en bureaus betere beslissingen nemen over welke media ze moeten inschakelen om hun doelgroepen effectief te bereiken.
- De 13 belangrijkste media-exploitanten op het gebied van arbeidsmarktcommunicatie, in samenwerking met de VEA vakgroep Arbeidsmarktcommunicatie, hebben hun krachten gebundeld om u te voorzien van alle relevante informatie.



Onderwerpen NOA 2010

- Arbeidsmarktactiviteit
- Leeftijdsopbouw
- Opleidingsniveau
- Motivatoren
- Reis- en verhuisbereidheid
- Oriëntatiekanalen, gesplitst in regio
- Oriëntatiekanalen, gesplitst in opleidingsniveau



Algemene conclusies NOA

- Oriëntatie op de arbeidsmarkt gebeurt voor 69,7% via printmedia en voor 68,5% via internet.
- Gemiddeld reist men in 25 minuten naar het werk. Er is bereidheid om verder van huis te werken, zolang de reistijd onder de 40 minuten blijft.
- 53% van de bijna afgestudeerden wil gaan werken, maar heeft nog geen baan.
- 78% van de werknemers is tevreden over de huidige functie. 5% daarentegen is (zeer) ontevreden
- 58% van de respondenten geeft aan het moeilijk te vinden van baan te veranderen. (41% in 2009 en 27% in 2008)



Resultaten De Twentsche Courant Tubantia

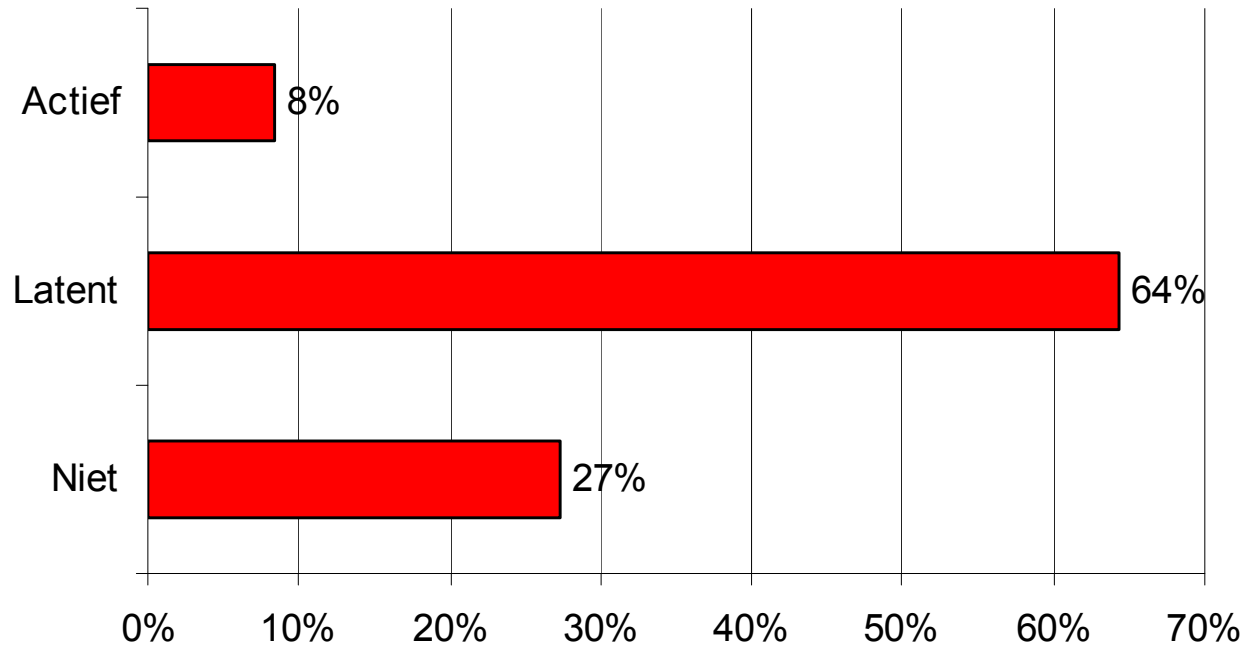


Onderzoeksverantwoording

De omvang van de onderzoekspopulatie in deze brochure is in het NOA 2010 bepaald op 172.000 mensen. Dit zijn alle personen binnen het zaterdagbereik van De Twentsche Courant Tubantia, die potentieel relevant zijn voor arbeidsmarktcommunicatie.



74% van de werkenden oriënteert zich op de arbeidsmarkt

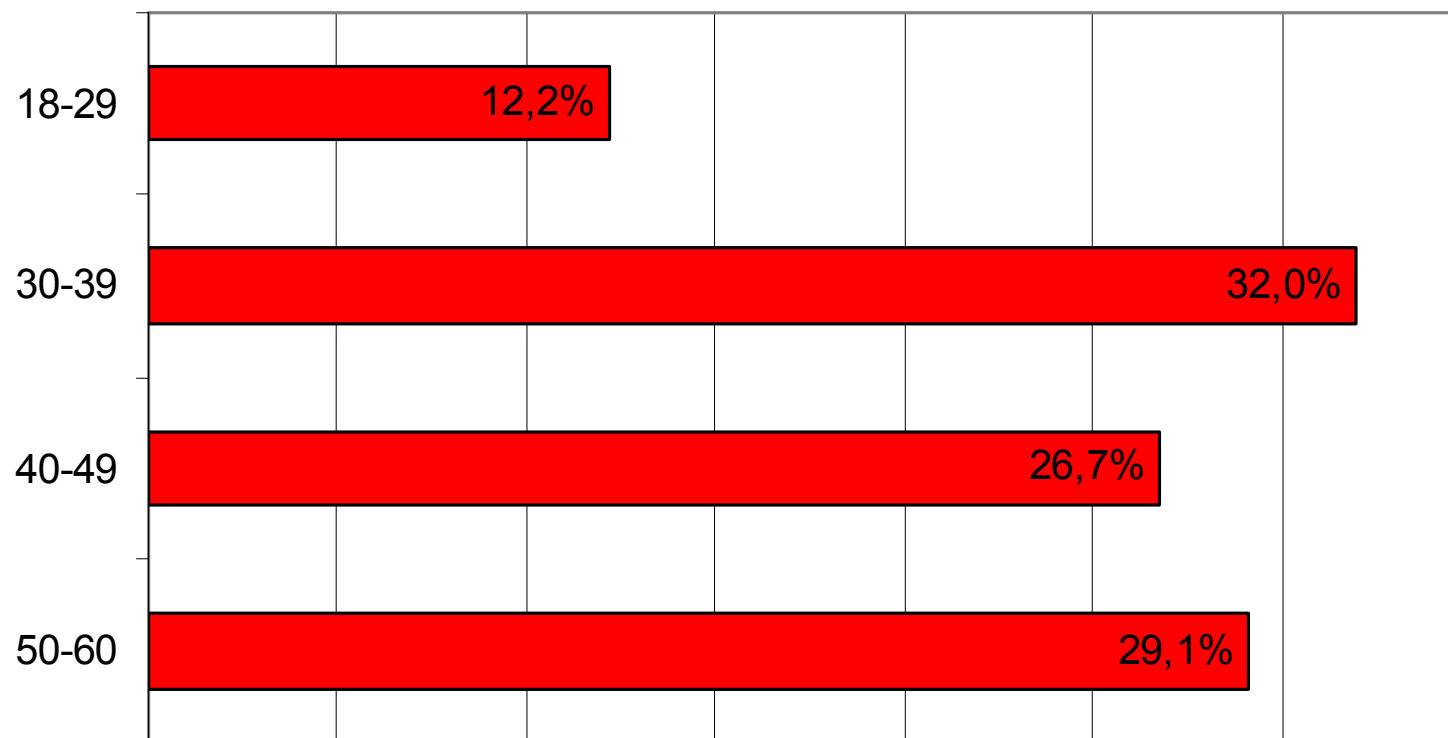


In het gebied van De Twentsche Courant Tubantia geeft 64% van de ondervraagden aan zich latent te oriënteren op een nieuwe baan. 8% is actief op zoek naar een nieuwe baan.

Doelgroep: meer dan 12 uur werkzaam
Doelgroepsomvang: 132.000 personen



Dertig+ meest actief op de arbeidsmarkt

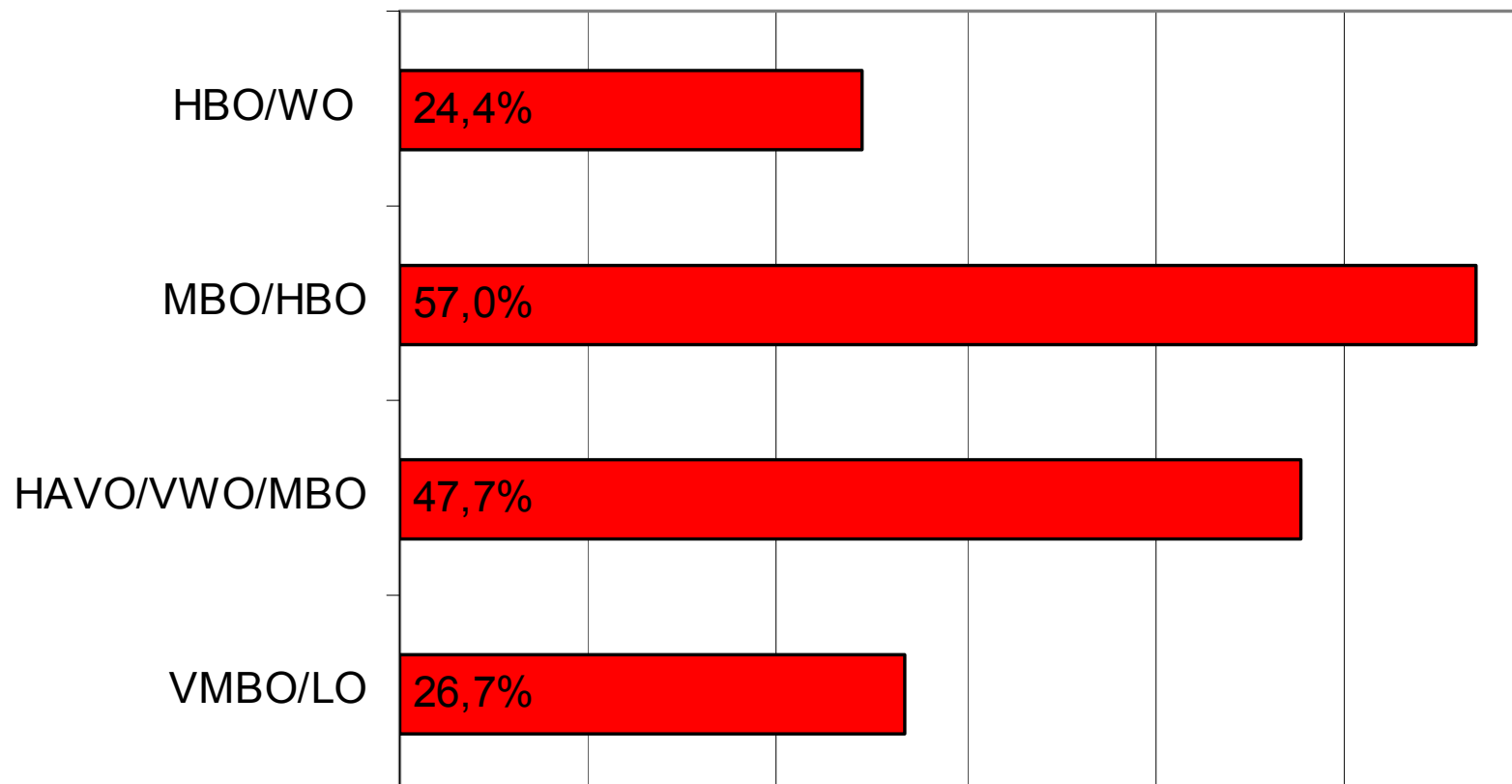


In de tabel hierboven ziet u de leeftijdsopbouw van de werkzame personen in het gebied van De Twentsche Courant Tubantia. In dit gebied is 32 % tussen de 30 en 39 jaar.

Doelgroepsomvang: 172.000 personen



Opleidingsniveau



Bijna 57% van de werkzame bevolking in het gebied van De Twentsche Courant Tubantia is middelbaar of hoger opgeleid. Dit komt overeen met 89.000 personen.

Doelgroepsomvang: 176.000 personen



Functie-inhoud en salaris belangrijkste motieven om te veranderen

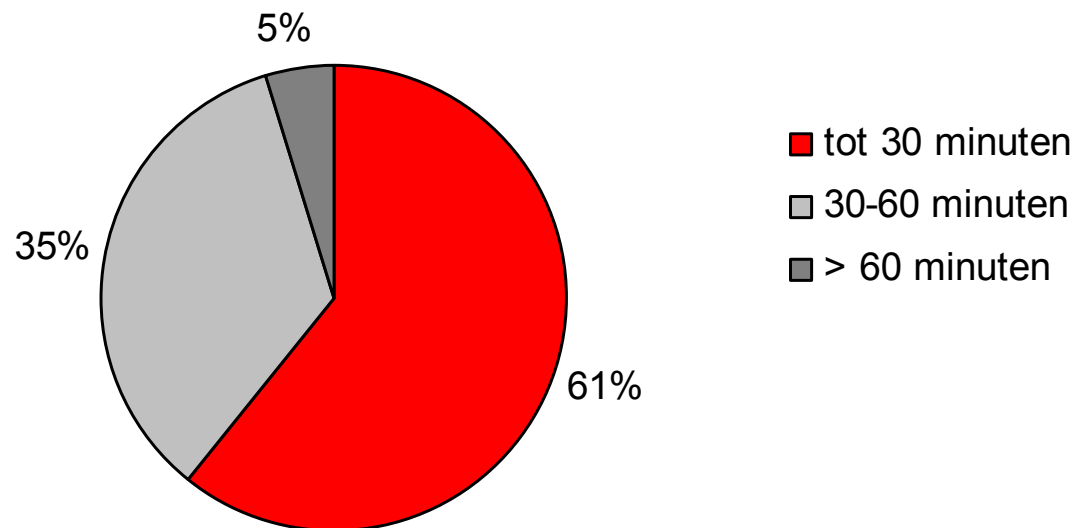
Functie-inhoud	33,7%
Betere primaire arbeidsvoorwaarden	33,1%
Cultuur bij de werkgever, de werksfeer	25,6%
Betere secundaire arbeidsvoorwaarden	22,1%
Meer uitdaging in de werkzaamheden	20,9%
Meer afwisseling bij werkzaamheden	18,6%
Loopbaanperspectief	18,0%
Functiekenmerken (type dienstverband, aantal uren)	18,0%
Meer verantwoordelijkheid	17,4%
Minder reistijd, afstand tot het werk	15,7%

Zoals we hierboven kunnen zien vindt 34% van de werkenden functie-inhoud en 33% van de werkenden salaris de belangrijkste kenmerken bij de keuze voor een nieuwe werkgever. Ook de werksfeer en betere secundaire arbeidsvoorwaarden spelen een belangrijke rol.

Doelgroepsomvang: 172.000 personen



Reisbereidheid? Maximaal 60 minuten!

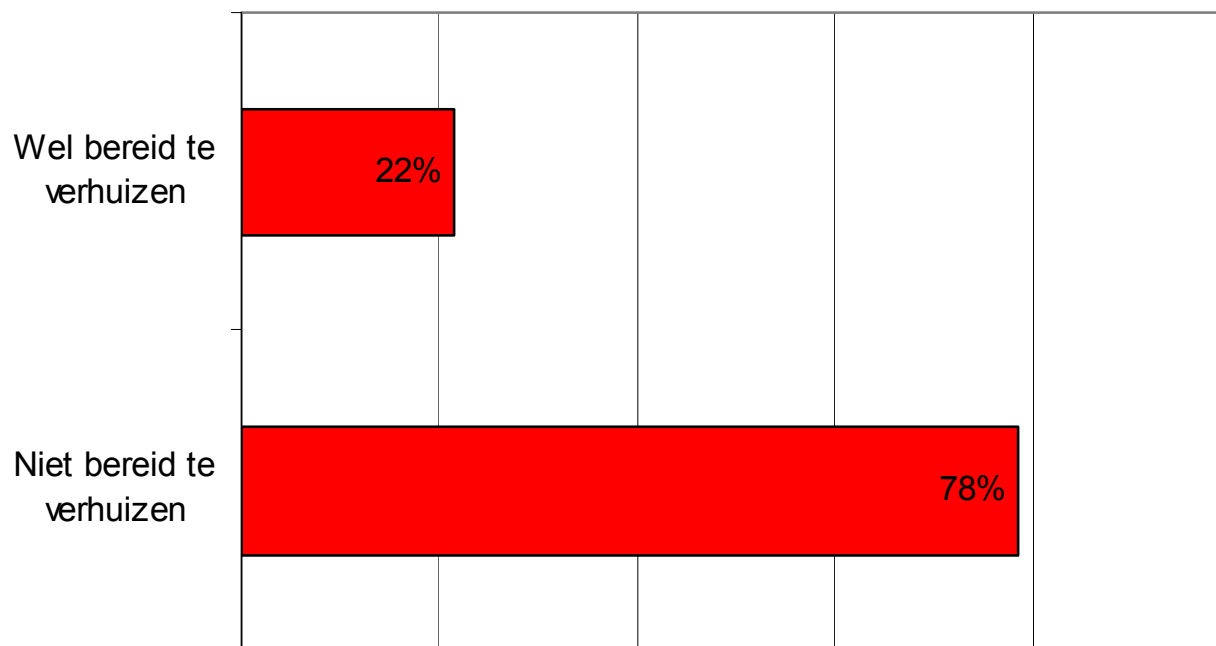


95% van de ondervraagden wil binnen een uur op het werk zijn. En zelfs 61% wil dat binnen een half uur. Slechts 5% van de ondervraagden geeft aan bereid te zijn om langer dan 60 minuten te reizen.

Doelgroepsomvang: 176.000 personen



78% is niet bereid te verhuizen voor een nieuwe baan



22% van de ondervraagden in het gebied van De Twentsche Courant Tubantia geeft aan bereid te zijn te verhuizen voor een nieuwe baan. 78% van ondervraagden geeft aan niet bereid te zijn te verhuizen voor een nieuwe baan.

Doelgroepsomvang: 176.000 personen



Regionale dagbladen koploper als oriëntatiekanaal

Regionale dagbladen	75,0%
Vacaturesites	45,3%
Via vrienden/kennissen	40,1%
Via collega's/branchegenoten	38,4%
Sites van bedrijven/organisaties	31,4%
Via zakelijk netwerk	28,5%
Huis-aan-huisbladen	25,0%
Plaatsen van CV op vacaturesites	25,0%
Landelijke dagbladen	19,8%
E-mailservice van vacaturesites	19,8%

In het gebied van De Twentsche Courant Tubantia zijn de regionale dagbladen met bijna 75% het belangrijkste oriëntatiekanaal voor werkzoekenden. Het verschil met vacaturesites en landelijke dagbladen is in dit gebied veel groter dan in de rest van Nederland.

Doelgroepsomvang: 172.000 personen



Regionale dagbladen koploper als oriëntatiekanaal *Lager opgeleiden*

Regionale dagbladen	69,6%
Via vrienden/kennissen	37,0%
Huis-aan-huisbladen	34,8%
Vacaturesites	34,8%
Via collega's/branchegenoten	19,6%
Sites van bedrijven/organisaties	17,4%
Plaatsen van CV op vacaturesites	17,4%
Uitzendbureau, detacheringsbureau, werving	19,6%
Gratis dagbladen	15,2%
E-mailservice van vacaturesites	13,0%

In het gebied van De Twentsche Courant Tubantia zijn de regionale dagbladen met 70% het belangrijkste oriëntatiekanaal voor werkzoekenden met een lager opleidingsniveau.

Doelgroepsomvang lager opgeleiden: 46.000 personen



Regionale dagbladen koploper als oriëntatiekanaal *Middelbaar opgeleiden*

Regionale dagbladen	78,0%
Vacaturesites	41,5%
Via collega's/branchegenoten	41,5%
Via vrienden/kennissen	39,0%
Sites van bedrijven/organisaties	31,7%
Via zakelijk netwerk	29,3%
Huis-aan-huisbladen	26,8%
Plaatsen van CV op vacaturesites	23,2%
Landelijke dagbladen	18,3%
E-mailservice van vacaturesites	17,1%

In het gebied van De Twentsche Courant Tubantia zijn de regionale dagbladen met 78% het belangrijkste oriëntatiekanaal voor werkzoekenden met een middelbaar opleidingsniveau.

Doelgroepsomvang middelbaar opgeleiden: 82.000 personen



Regionale dagbladen koploper als oriëntatiekanaal, groei van 10% tov 2009 onder *Hoger opgeleiden*

Regionale dagbladen	78,0%
Vacaturesites	63,4%
Via collega's/branchegenoten	53,7%
Via zakelijk netwerk	48,8%
Sites van bedrijven/organisaties	43,9%
Via vrienden/kennissen	43,9%
Landelijke dagbladen	39,0%
Plaatsen van CV op vacaturesites	36,6%
E-mailservice van vacaturesites	31,7%
Tijdschriften, (studenten) carrierebladen, loc	29,3%

In het gebied van De Twentsche Courant Tubantia zijn de regionale dagbladen met 78% het belangrijkste oriëntatiekanaal voor werkzoekenden met een hoger opleidingsniveau.

Doelgroepsomvang hoger opgeleiden: 41.000 personen



Conclusies De Twentsche Courant Tubantia

- 72% van de werkenden oriënteert zich op de arbeidsmarkt
- Functie-inhoud en salaris belangrijkste motieven om te veranderen
- Reisbereidheid? Maximaal 60 minuten! Verhuizen? Liever niet!
- Regionale dagbladen koploper als oriëntatiekanaal
- Regionale dagbladen koploper als oriëntatiekanaal op hoger, middelbaar en lager opleidingsniveau, vacaturesites blijven sterk achter ivm nationale markt



WEGENER Media

Uw werk, ons regionale bereik.