

Wervingsmethoden van werkgevers

13 juni 2023



Vacatures op sociale media meest gebruikte wervingsmethode

- Het verspreiden van vacatures via sociale media is de meest toegepaste methode om personeel te werven. Bijna vier op de vijf werkgevers met vacatures (78%) werven op deze manier personeel.
- Andere wervingsmethoden die werkgevers met vacatures veel gebruiken zijn het plaatsen van een vacature op de website van de organisatie (74%) en werven via het eigen personeel (71%).
- Werkgevers werven voor vacatures waarin een laag opleidingsniveau gevraagd wordt meestal via het eigen personeel (74%) en iets minder vaak via vacatures op sociale media (72%) of de eigen website (68%).
- Facebook is het meest gebruikte socialemediakanaal om vacatures te verspreiden. Van de werkgevers met vacatures verspreidt 61% deze vacatures via Facebook, 54% via LinkedIn en 38% via Instagram.
- Werkgevers met alleen vacatures voor hoogopgeleiden gebruiken veelal LinkedIn om vacatures te verspreiden, terwijl werkgevers met alleen vacatures voor middelbaar opgeleiden of laagopgeleiden juist vooral via Facebook vacatures verspreiden en minder vaak LinkedIn.
- Ruim een derde (35%) van de werkgevers met vacatures schakelt een externe organisatie in voor hulp bij de werving van personeel. Dit gebeurt vaker dan gemiddeld bij vacatures voor een hoog opleidingsniveau. Vaak betreft het een wervings- en selectiebureau of uitzendbureau. Werkgevers met alleen vacatures voor laagopgeleiden schakelen vooral een uitzendbureau in, terwijl werkgevers met alleen vacatures voor hoogopgeleiden met name kiezen voor een wervings- en selectiebureau.

Dit zijn enkele resultaten van een enquêteonderzoek in opdracht van UUV onder ruim 4.500 werkgevers¹ in de periode eind september tot eind november 2022 (zie de methodebeschrijving in bijlage 1). De enquête had betrekking op werkgevers in bijna alle bedrijfssectoren². Ruim twee derde (68%) van de ondervraagde werkgevers had in de voorgaande twaalf maanden buiten de organisatie personeel geworven om zelf in dienst te nemen. Deze werkgevers zijn gevraagd welke wervingsmethoden zij hebben ingezet.

¹ Feitelijk gaat het om vestigingen van bedrijven en instellingen. Voor de leesbaarheid spreken we in dit artikel over 'werkgevers'.

² De sectoren 'Landbouw, bosbouw en visserij' en 'Arbeidsbemiddeling, uitzendbureaus en personeel' zijn buiten beschouwing gelaten.

Werkgevers werven met name door vacatures online uit te zetten en via het eigen personeel

Werkgevers werven het vaakst personeel door een vacature via sociale media te verspreiden (figuur 1). Bijna vier op de vijf werkgevers met vacatures (78%) zetten deze methode in. Daarnaast plaatsen werkgevers vacatures vaak op de eigen website (74%). Ten slotte behoort het werven via het eigen personeel tot de top-3 van meest toegepaste wervingsmethoden. Zeven op de tien werkgevers met vacatures (71%) werven op deze manier personeel.

Ook het plaatsen van een vacature op een vacaturesite en het werven via relaties zijn veel gebruikte wervingsmethoden. Een ruime meerderheid van de werkgevers met vacatures (62%) zet deze methoden in. Andere wervingsmethoden, zoals het werven via scholen of opleidingen, het inschakelen van een externe organisatie of het zelf benaderen van kandidaten via sociale media of vacaturewebsites, worden minder gebruikt.

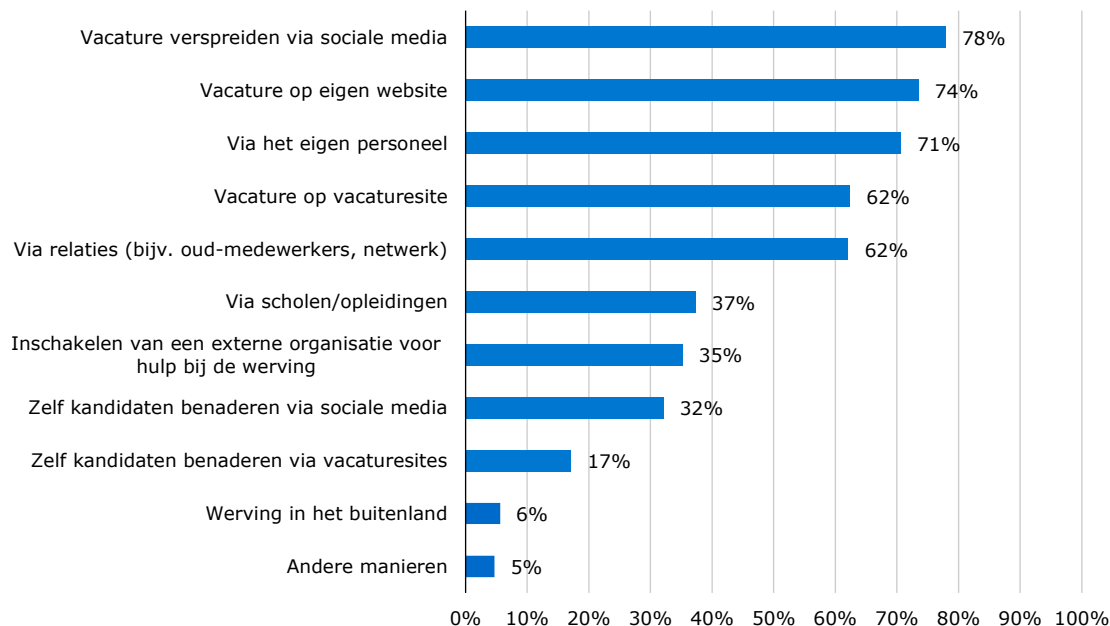
Wel zijn er sectoren waar deze methoden vaker dan gemiddeld toegepast worden (bijlage 2). Zo wordt werving via scholen en opleidingen vaker ingezet door werkgevers in de sector sociaal werk, jeugdzorg en kinderopvang (50%) en de bouwnijverheid (48%). Het inschakelen van een externe organisatie voor hulp bij de werving gebeurt vaker in de sectoren openbaar bestuur (54%), industrie (54%), vervoer en opslag (51%) en bouwnijverheid (49%). Ten slotte benaderen werkgevers in de sector informatie en communicatie vaker dan gemiddeld kandidaten via sociale media (43%).

Een klein deel van de werkgevers (6%) werft in het buitenland personeel. Dit komt iets vaker voor in de sector informatie en communicatie (14%). Ten slotte werft 5% van de werkgevers op een andere manier dan hierboven genoemd. Zij noemden onder andere het plaatsen van een advertentie in een krant of (vak)blad, het uitdelen van flyers of folders en het organiseren van bijeenkomsten waarbij geïnteresseerden een kijkje in de keuken kunnen nemen bij de organisatie.

Voor alle wervingsmethoden, op het werven via relaties na, geldt dat zij vaker ingezet worden door middelgrote (20 tot 100 werknemers) en grote werkgevers (minimaal 100 werknemers) dan door kleine werkgevers (minder dan 20 werknemers). Grotere werkgevers passen gemiddeld meer wervingsmethoden toe dan kleine werkgevers.

Figuur 1. Wervingsmethoden van werkgevers

Aandeel werkgevers met vacatures dat de wervingsmethode inzet (meerdere methoden mogelijk)



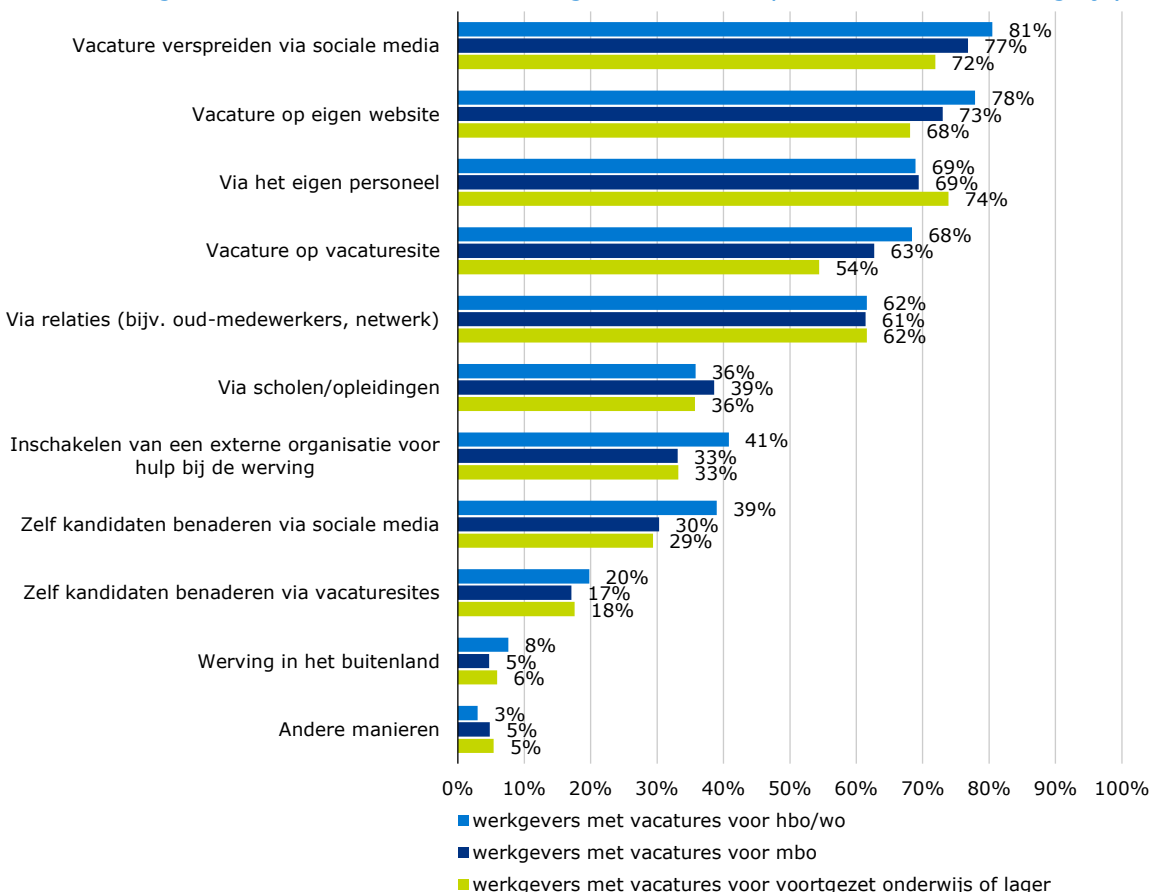
Bron: UWV

Werkgevers werven laagopgeleiden het vaakst via eigen personeel

De wijze waarop werkgevers personeel werven verschilt naargelang het gevraagde opleidingsniveau³ in vacatures (figuur 2). Zo gaat de werving van laagopgeleiden het vaakst via het eigen personeel. Bij de werving van hoog- of middelbaar opgeleiden is het verspreiden van vacatures via sociale media juist de meest ingezette wervingsmethode. Ook wordt voor de werving van middelbaar en hoogopgeleiden vaker een vacature op een vacaturesite geplaatst dan voor de werving van laagopgeleiden. Bij vacatures voor hoogopgeleiden schakelen werkgevers ook vaker een externe organisatie in en benaderen zij vaker kandidaten via sociale media dan bij vacatures voor middelbaar of laagopgeleiden. Het algemene beeld dat naar voren komt is dat werkgevers voor de werving van hoogopgeleiden gemiddeld meer wervingsmethoden inzetten dan voor de werving van laagopgeleiden.

Figuur 2. Wervingsmethoden van werkgevers, naar gevraagd opleidingsniveau*

Aandeel werkgevers met vacatures dat de wervingsmethode inzet (meerdere methoden mogelijk)



* Werkgevers konden per gevraagd opleidingsniveau aangeven welke wervingsmethoden zij ingezet hebben.
Bron: UWV

Facebook meest gebruikte socialemediakanal voor het verspreiden van vacatures

Eerder kwam naar voren dat bijna vier op de vijf werkgevers via sociale media vacatures verspreiden en ruim drie op de tien via sociale media kandidaten benaderen. Werkgevers zijn ook gevraagd welke socialemediakanalen zij hiervoor inzetten.

Voor het verspreiden van vacatures gebruiken veel werkgevers Facebook. Zes op de tien werkgevers met vacatures (61%) verspreiden via Facebook vacatures (figuur 3). Daarnaast doet 54% dit (ook) via LinkedIn. Een kleinere groep werkgevers (38%) verspreidt via Instagram vacatures. Andere sociale media worden door minder dan 10% van de werkgevers gebruikt om vacatureteksten uit te zetten.

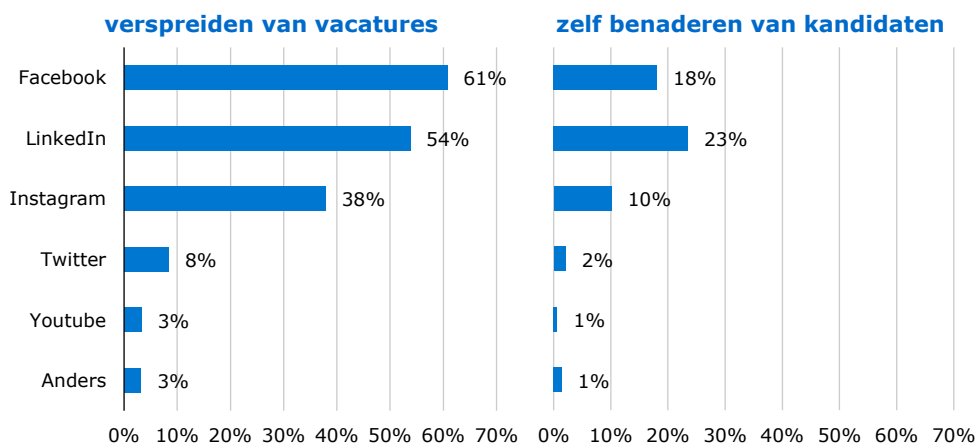
³ In het onderzoek zijn drie opleidingsniveaus onderscheiden. Onder laag opleidingsniveau vallen vacatures voor mensen die alleen basisonderwijs of voortgezet onderwijs gevolgd hebben en vacatures waarvoor geen diploma vereist is. Onder middelbaar opleidingsniveau vallen vacatures voor mensen die een mbo-opleiding gevolgd hebben. Onder hoog opleidingsniveaus vallen vacatures voor mensen met een hbo- of wo-opleiding.

Enkele verschillen tussen sectoren vallen op bij de socialemediakanalen die werkgevers gebruiken voor het verspreiden van vacatures (bijlage 3). Zo maken werkgevers in de horeca en de sector sociaal werk, jeugdzorg en kinderopvang vaker dan gemiddeld gebruik van Facebook (respectievelijk 75% en 82%) en Instagram (respectievelijk 59% en 58%). Daarnaast wordt Facebook vaker dan gemiddeld ingezet door werkgevers in de gezondheidszorg (72%) en Instagram door werkgevers in de sector Overige dienstverlening, cultuur, sport, recreatie (49%). Van LinkedIn wordt juist door relatief veel werkgevers gebruik gemaakt in de sectoren openbaar bestuur (88%), informatie en communicatie (80%), onderwijs (77%) en specialistische zakelijke diensten⁴ (73%). Ten slotte verspreiden werkgevers in het openbaar bestuur vaker dan gemiddeld vacatures via Twitter (25%).

Het zelf benaderen van kandidaten gaat meestal via LinkedIn (figuur 3). Ook Facebook wordt hier vaak voor ingezet. Bijna een kwart van de werkgevers met vacatures (23%) benadert via LinkedIn kandidaten en 18% doet dat via Facebook.

Figuur 3. Sociale media die werkgevers inzetten voor het verspreiden van vacatures of benaderen van kandidaten

Aandeel werkgevers met vacatures dat het socialemediakanaal inzet (meerdere kanalen mogelijk)



Bron: UWV

Inzet socialemediakanalen verschilt naar gevraagd opleidingsniveau

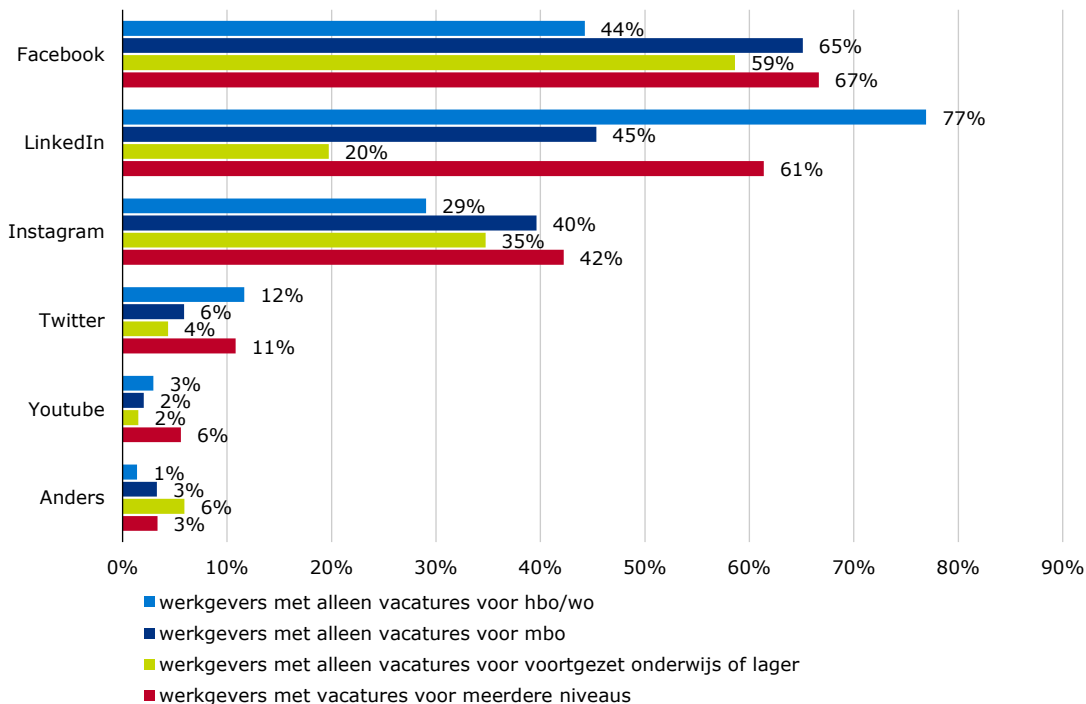
De keuze voor een specifiek socialemediakanaal om vacatures te verspreiden hangt samen met het gevraagde opleidingsniveau in de vacature (figuur 4). Werkgevers met alleen vacatures voor hoogopgeleiden gebruiken vaak LinkedIn om vacatures te verspreiden. Werkgevers met alleen vacatures voor middelbaar of laagopgeleiden kiezen juist het vaakst voor Facebook en in mindere mate voor LinkedIn. Werkgevers met alleen vacatures voor laagopgeleiden verspreiden vacatures ook vaker via Instagram dan via LinkedIn.

Zowel Facebook als Instagram worden vaker ingezet door werkgevers met vacatures voor meerdere niveaus dan door werkgevers die voor één opleidingsniveau hebben geworven. Hierbij speelt mee dat grotere organisaties vaker voor meerdere niveaus hebben geworven dan kleine organisaties. Grotere organisaties zetten vaker sociale media in om vacatures te verspreiden dan kleine organisaties.

⁴ tot deze sector behoren onder andere reclamebureaus, organisatieadviesbureaus, ingenieurs en overig technisch ontwerp en advies, advocatenkantoren en accountancy.

Figuur 4. Sociale media die werkgevers inzetten om vacatures te verspreiden, naar gevraagd opleidingsniveau*

Aandeel werkgevers met vacatures dat het socialemediakanaal inzet (meerdere kanalen mogelijk)



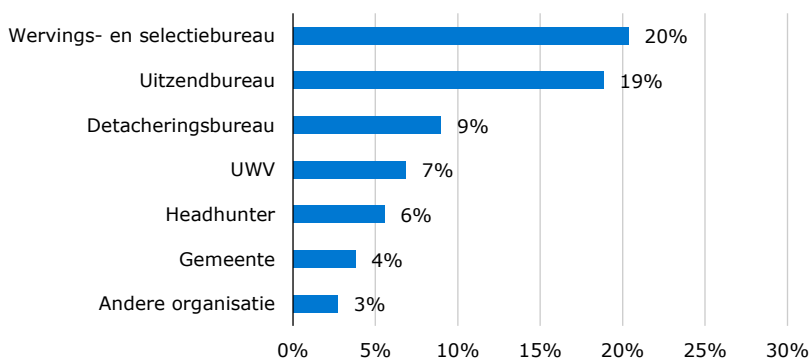
* Werkgevers konden niet per gevraagd opleidingsniveau aangeven welke socialemediakanalen zij ingezet hebben. Wel was een uitsplitsing mogelijk van werkgevers die uitsluitend voor een bepaald opleidingsniveau geworven hebben of voor meerdere niveaus.
Bron: UWV

Een vijfde van de werkgevers schakelt een uitzendbureau of wervings- en selectiebureau in

Figuur 1 liet zien dat ruim een derde van de werkgevers met vacatures een externe organisatie inschakelt voor hulp bij de werving. Veelal betreft dit een wervings- en selectiebureau (20%) of een uitzendbureau (19%). Andere organisaties, zoals detacheringsbureaus, worden minder vaak ingezet (figuur 5).

Figuur 5. Externe organisaties die werkgevers inschakelen voor hulp bij de werving

Aandeel werkgevers met vacatures dat de externe organisatie inschakelt (meerdere organisaties mogelijk)



Bron: UWV

Werving van hoogopgeleiden via wervings- en selectiebureau en laagopgeleiden via uitzendbureaus

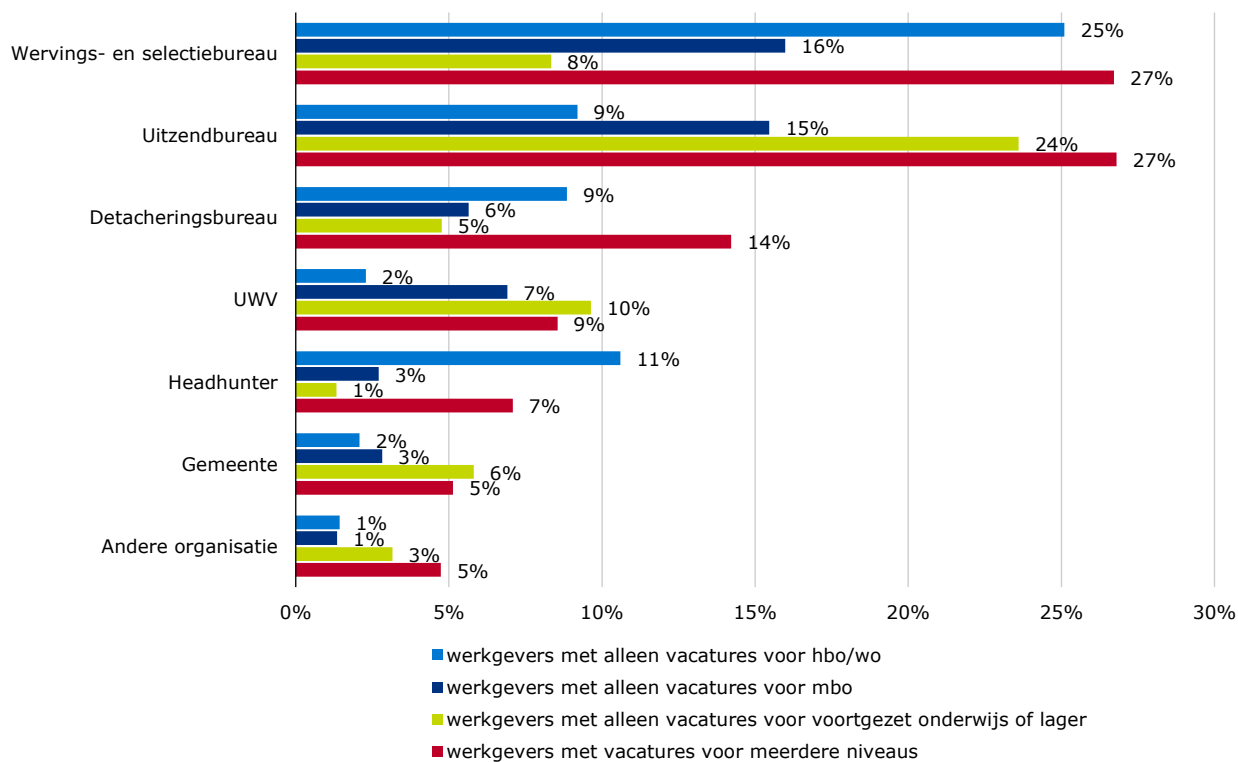
De keuze voor de specifieke externe organisatie die een werkgever inschakelt voor hulp bij de werving hangt samen met het gevraagde opleidingsniveau in de vacature (figuur 6). Werkgevers met alleen vacatures voor hoogopgeleiden kiezen het vaakst voor een wervings- en selectiebureau (25%). Slechts 9% van deze werkgevers schakelt een uitzendbureau in. Werkgevers met alleen vacatures voor laagopgeleiden kiezen juist het vaakst voor een uitzendbureau (24%). Uitzendkrachten zijn ook veelal laag- of middelbaar opgeleid.⁵ Van de werkgevers met alleen vacatures voor

⁵ CBS (2021). *Profiel van flexwerkers in Nederland, 2003-2019*

middelbaar opgeleiden kiest een ongeveer een even groot deel voor een wervings- en selectiebureau (16%) als voor een uitzendbureau (15%).

Wervings- en selectiebureaus, uitzendbureaus en detachingsbureaus worden vaker ingezet door werkgevers met vacatures voor meerdere niveaus dan door werkgevers die voor één opleidingsniveau hebben geworven. Hierbij speelt mee dat grotere organisaties vaker voor meerdere niveaus hebben geworven. Grotere organisaties schakelen vaker een externe organisatie in voor hulp bij de werving dan kleine organisaties.

Figuur 6. Externe organisaties die werkgevers inschakelen naar gevraagd opleidingsniveau*
Aandeel werkgevers met vacatures dat de externe organisatie inschakelt (meerdere organisaties mogelijk)



*Werkgevers konden niet per gevraagd opleidingsniveau aangeven welke externe organisaties zij ingeschakeld hebben. Wel was een uitsplitsing mogelijk van werkgevers die uitsluitend voor een specifiek opleidingsniveau geworven hebben of voor meerdere niveaus.
Bron: UWV

Goede wervingsstrategie extra belangrijk door krapte op de arbeidsmarkt

Veel werkgevers hebben momenteel moeite met het werven van personeel. Bijna zes van de tien vacatures zijn volgens werkgevers moeilijk vervulbaar.⁶ Dit hangt samen met de huidige krapte op de arbeidsmarkt. De vraag naar personeel is sinds de coronacrisis sterk gestegen, terwijl het aantal werklozen is gedaald.⁷ Eind 2022 was de arbeidsmarkt voor 90 van de 92 beroepsgroepen die UWV onderscheidt krap.⁸ Volgens de recent uitgebracht arbeidsmarktprognose van UWV blijft de arbeidsmarkt, ondanks een afnemende groei van het aantal banen in 2023 en 2024, krap.⁹ Om nieuwe medewerkers aan te kunnen trekken is het voor werkgevers nu extra van belang de juiste wervingsmethoden in te zetten.

Tips voor het toepassen van de meest gebruikte wervingsmethoden

Het enquêteonderzoek onder werkgevers laat zien dat werkgevers het vaakst personeel werven door vacatures te verspreiden via social media. Het uitzetten van een vacature via sociale media kan via onbetaalde of betaalde berichten. Het succes van een onbetaald bericht hangt af van het opgebouwde netwerk (volgers) bij het sociale mediakanaal en de mate van betrokkenheid bij de volgers. Om op deze manier veel (latente) werkzoekenden te bereiken is een behoorlijke

⁶ UWV (februari 2023). *Ervaringen werkgevers met werving en behoud van personeel*

⁷ CBS (2023). *De arbeidsmarkt in cijfers 2022*

⁸ UWV (maart 2023). *Spanningsindicator: arbeidsmarkt eind 2022 nog zeer krap*

⁹ UWV (juni 2023). *Arbeidsmarktprognose 2023-2024*

tijdsinvestering nodig. Bij betaalde berichten zijn financiële middelen nodig, maar is de tijdsinvestering beperkter omdat er geen groep volgers nodig is. Het bericht verschijnt bij alle personen uit de beoogde doelgroep.¹⁰

Een andere wervingsmethode die veel werkgevers toepassen is het plaatsen van vacatures op de eigen website. Bij het werven via de bedrijfswebsite is het belangrijk om de cultuur, missie en visie van het bedrijf te beschrijven op een 'over ons' pagina. Daarnaast is het zinvol om een 'werken bij' pagina te creëren met een sfeerimpressie van medewerkers.¹¹

De top-3 van meest gebruikte wervingsmethoden wordt afgesloten met het werven via het eigen personeel. Medewerkers kennen mogelijk personen die over de juiste vaardigheden voor de vacante functie beschikken of zelfs een vergelijkbare functie uitoefenen bij een ander bedrijf. Ook weet het eigen personeel het beste hoe het is om voor de organisatie te werken. Medewerkers kunnen dan ook goede ambassadeurs voor de organisatie zijn. Als het werk en de werkgever goed bevallen, zullen zij veelal bereid zijn anderen te informeren over de vacature of bekenden te vragen om te solliciteren.¹² Een aanbrenghpremie kan hierbij helpen.¹³

Wervingsmethode afstemmen op de doelgroep

Door de wervingsmethode goed af te stemmen op de kenmerken van de doelgroep kunnen werkgevers mogelijk meer werkzoekenden uit de doelgroep bereiken. Uit het enquêteonderzoek blijkt dat werkgevers met vacatures voor laagopgeleiden veelal via het eigen personeel werven, terwijl vacatures voor hoogopgeleiden vaak op social media en de website van de organisatie geplaatst worden.

Ook bij de keuze van de socialemediakanalen die ingezet worden om vacatures te verspreiden zijn de kenmerken van de doelgroep van belang. Socialemediakanalen richten zich op verschillende doelgroepen. Werkgevers kunnen de inzet van sociale media bij de werving optimaliseren door bij de keuze van het socialemediakanaal rekening te houden met de kenmerken van de primaire doelgroep. Het enquêteonderzoek laat zien dat werkgevers bij vacatures voor hoogopgeleiden vaak voor LinkedIn kiezen, terwijl bij vacatures voor middelbaar en laagopgeleiden Facebook vaak ingezet wordt. Ook zijn er verschillende websites die de doelgroepen van socialemediakanalen beschrijven.¹⁴

Aanpassen van de sollicitatieprocedure

Naast het aanpassen van de wervingsmethoden kan ook het wijzigen van de sollicitatieprocedure een groter aanbod van kandidaten opleveren. Werkgevers kunnen bijvoorbeeld voor open hiring kiezen. Bij open hiring worden mensen aangenomen zonder sollicitatieprocedure en hoeven geïnteresseerden dus geen cv of brief te schrijven of een sollicitatiegesprek te voeren. Een eerder verschenen publicatie met resultaten van de werkgeversenquête van UWV liet zien dat slechts een beperkt deel van de werkgevers open hiring inzet (6%), maar dat daarnaast 16% van de werkgevers denkt dat het wel iets voor de organisatie zou kunnen zijn.¹⁵

Hulp en advies voor werkgevers en werkzoekenden

Werkgevers kunnen bij het [Werkgeversservicepunt](#) in hun regio terecht voor hulp en advies bij het aantrekken van personeel. Meer informatie over open hiring kunnen werkgevers verkrijgen via het Werkgeversservicepunt of de website [open hiring](#) van Start Foundation.

Voor werkzoekenden is het van belang goed op de hoogte te zijn van de wijze waarop werkgevers personeel werven. Door hun zoekgedrag hierop aanpassen, kunnen werkzoekenden hun kans op werk vergroten. UWV geeft op de website <https://www.werk.nl/werkzoekenden/solliciteren/werk-zoeken/> veel tips voor het vinden van nieuw werk.

¹⁰ Robin (juni 2020). [Werven met social media. Dit zijn je opties!](#)

¹¹ Robin (december 2022). [Sneller personeel aantrekken op een krappe arbeidsmarkt; zo doe je het](#)

¹² GITP (september 2019). [10 tips voor het werven van medewerkers in een krappe arbeidsmarkt](#)

¹³ [Onderzoek van werkgeversvereniging AWWN](#) laat zien dat werkgevers als materiële maatregel voor het aantrekken van nieuw personeel het vaakst kiezen voor een aanbrenghpremie.

¹⁴ Zie bijvoorbeeld [Werven met social media. Dit zijn je opties! - Recruit Robin](#)

¹⁵ UWV (januari 2023). [Welke werkgevers maken gebruik van open hiring?](#)

Bijlage 1 Onderzoeksmethode

In opdracht van UWV heeft onderzoeksbureau DESAN in de periode eind september – eind november 2022 veertien duizend vestigingen van organisaties met minimaal twee werknemers benaderd met het verzoek mee te werken aan een telefonische enquête over werving en behoud van personeel. Contactpersonen die niet in staat of bereid waren de vragen telefonisch te beantwoorden, kregen de optie aangeboden om de vragenlijst online in te vullen.

Voor het onderzoek heeft DESAN een steekproef getrokken uit LISA, een populatiebestand van bedrijfsvestigingen, gestratificeerd naar vijftien sectorclusters (zie tabel 3) en drie grootteklassen. Vestingen uit SBI-sectie A (landbouw, bosbouw en visserij) en SBI-afdeling 78 (arbeidsbemiddeling, uitzendbureaus en personeelsbeheer) zijn buiten beschouwing gelaten. Daarnaast zijn ruim 2.600 respondenten uit het onderzoek in 2021 opnieuw benaderd. Zij gaven in 2021 aan bereid te zijn nogmaals mee te werken aan het onderzoek. Van deze groep heeft 59% daadwerkelijk opnieuw deelgenomen.

De vragenlijst voor het onderzoek is opgesteld door UWV. Thema's die aan de orde kwamen in de vragenlijst zijn 1) wervingsmethoden; 2) open hiring 3) moeilijk vervulbare vacatures en behoud van personeel; en 4) vaardigheden van werknemers en scholing. Over de onderzoeksresultaten van het tweede, derde en vierde thema zijn aparte publicaties verschenen.^{16 17 18}

De vragenlijst is hoofdzakelijk telefonisch afgenomen door enquêteurs van DESAN. Een klein deel (11%) van de respondenten heeft de vragenlijst online ingevuld.

De netto respons bestond uit 4.547 bedrijfsvestigingen. Om representatieve uitspraken te kunnen doen over de populatie van bedrijfsvestigingen in Nederland zijn de resultaten gewogen naar sector en omvangsklasse. De analyses voor dit artikel zijn door UWV verricht.

Tabel 4 Gehanteerde namen van sectoren

Sector (SBI 2008)	Naam in publicatie
BCDE Delfstofwinning, Industrie, Energievoorziening, Waterbedrijven en afvalbeheer	Industrie
F Bouwnijverheid	Bouwnijverheid
G 46 Groothandel	Groothandel
G 45 47 Autohandel en detailhandel	Detailhandel en autohandel
H Vervoer en opslag	Vervoer en opslag
I Horeca	Horeca
J Informatie en communicatie	Informatie en communicatie
K Financiële instellingen	Financiële instellingen
L N Onroerend goed en Verhuur van roerend goed en overige zakelijke dienstverlening (excl. 78 arbeidsbemiddeling etc.)	Verhuur en overige zakelijke diensten
M Advisering, onderzoek en overige specialistische zakelijke dienstverlening	Specialistische zakelijke diensten
O Openbaar bestuur, overheidsdiensten en verplichte sociale verzekeringen	Openbaar bestuur
P Onderwijs	Onderwijs
Q Gezondheidszorg (SBI afdeling 86, SBI-groepen 871, 872, 873, SBI-subklassen 88101, 88103)	Gezondheidszorg
Q Sociaal werk, jeugdzorg en kinderopvang (SBI-groepen 879, 889, SBI-subklasse 88102)	Sociaal werk, jeugdzorg, kinderopvang
R Cultuur, sport en recreatie S Overige dienstverlening	Overige dienstverlening, cultuur, sport, recreatie

¹⁶ UWV (januari 2023). [Welke werkgevers maken gebruik van open hiring?](#)

¹⁷ UWV (februari 2023). [Ervaringen werkgevers met werving en behoud van personeel](#)

¹⁸ UWV (maart 2023). [Toekomstverwachtingen over vaardigheden en scholing](#)

Bijlage 2 Wervingsmethoden naar sector

Wervingsmethoden van werkgevers, naar sector

Aandeel werkgevers met vacatures dat de wervingsmethode inzet (meerdere methoden mogelijk)

	TOTAAL	Industrie	Bouwnijverheid	Groothandel	Detailhandel en autohandel	Vervoer en opslag	Horeca	Informatie en communicatie	Financiële instellingen	Verhuur en overige zakelijke diensten	Specialistische zakelijke diensten	Openbaar bestuur	Onderwijs	Gezondheidszorg	Sociaal werk, jeugdzorg, kinderopvang	Overige dienstverlening, cultuur, sport, recreatie
Vacature op eigen website	74%	65%	69%	70%	68%	63%	76%	82%	77%	72%	76%	91%	82%	80%	90%	73%
Vacature op vacaturesite	62%	60%	46%	64%	57%	59%	57%	64%	62%	60%	64%	84%	72%	81%	73%	63%
Vacature verspreiden via sociale media	78%	71%	77%	72%	73%	73%	79%	81%	70%	78%	82%	91%	83%	84%	90%	78%
Inschakelen van een externe organisatie voor hulp bij de werving	35%	54%	49%	39%	28%	51%	25%	42%	40%	35%	40%	54%	27%	33%	28%	20%
Zelf kandidaten benaderen via sociale media	32%	27%	33%	31%	27%	32%	25%	43%	36%	29%	41%	20%	38%	33%	40%	30%
Zelf kandidaten benaderen via vacaturesites	17%	19%	15%	19%	14%	18%	17%	24%	14%	17%	17%	13%	11%	23%	25%	14%
Via het eigen personeel	71%	65%	76%	64%	66%	75%	78%	69%	70%	64%	69%	69%	78%	77%	85%	64%
Via relaties (bijv. oud-medewerkers, netwerk)	62%	57%	67%	52%	61%	61%	73%	64%	54%	60%	61%	46%	67%	64%	67%	63%
Via scholen/opleidingen	37%	38%	48%	31%	35%	29%	34%	35%	26%	27%	37%	25%	46%	46%	50%	36%
Werving in het buitenland	6%	8%	6%	5%	3%	9%	6%	14%	6%	5%	11%	2%	2%	3%	2%	4%
Andere manieren, namelijk	5%	3%	3%	6%	9%	6%	4%	3%	3%	4%	2%	2%	4%	2%	3%	8%

Bron: UWV

Bijlage 3 Inzet socialemediakanalen, naar sector

Sociale media die werkgevers inzetten om vacatures te verspreiden, naar sector

Aandeel werkgevers met vacatures dat het socialemediaplatform inzet (meerdere platforms mogelijk)

	TOTAAL	Industrie	Bouwnijverheid	Groothandel	Detailhandel en autohandel	Vervoer en opslag	Horeca	Informatie en communicatie	Financiële instellingen	Verhuur en overige zakelijke diensten	Specialistische zakelijke diensten	Openbaar bestuur	Onderwijs	Gezondheidszorg	Sociaal werk, jeugdzorg, kinderopvang	Overige dienstverlening, cultuur, sport, recreatie
LinkedIn	54%	56%	52%	58%	34%	46%	28%	80%	65%	59%	73%	88%	77%	65%	60%	36%
Facebook	61%	54%	69%	50%	64%	58%	75%	36%	40%	59%	44%	59%	60%	72%	82%	69%
Twitter	8%	3%	8%	5%	9%	5%	8%	14%	5%	6%	12%	25%	10%	8%	12%	8%
Instagram	38%	26%	32%	32%	45%	20%	59%	28%	22%	32%	27%	32%	34%	40%	58%	49%
Youtube	3%	2%	4%	2%	5%	4%	3%	5%	1%	2%	4%	4%	2%	3%	4%	2%
Anders	3%	2%	2%	3%	5%	1%	5%	3%	1%	4%	3%	2%	1%	1%	3%	6%

Bron: UWV

Colofon

Uitgave

UWV Arbeidsmarktinformatie en -advies

Postadres

Postbus 58285
Postcode 1040 HG Amsterdam

Inlichtingen

erica.maurits@uwv.nl

Voor persvragen kunt u terecht bij onze woordvoerders via 020 687 5185.

Auteur

Erica Maurits

Volg ons



Disclaimer

Alles uit deze uitgave mag worden overgenomen, graag zelfs, maar gebruikt u wel de bronvermelding.

UWV © 2023