

# randstad employer brand research 2019

---

04.2019

onderzoek naar de kwaliteit  
van de employer brands van de  
grootste Belgische bedrijven

dit jaar opnieuw met studie  
van de employer brands in  
de publieke sector



randstad  
research

---

# inhoud

## 01

belang van een sterke employer brand 4

---

## 02

randstad employer brand research 6

---

## 03

aanpak 10

---

## 04

resultaten 13

---

4.1 instrumentele criteria die de aantrekkelijkheid van een bedrijf als werkgever bepalen 14

4.2 resultaten subgroepen 15

4.3 welke criteria zijn belangrijk om bij een werkgever te blijven? 16

## 05

welke sectoren zijn de meest aantrekkelijke werkgevers? 18

---

5.1 farma opnieuw meest aantrekkelijke sector 19

5.2 waarom zijn de privésectoren (on)aantrekkelijk? 20

5.3 aantrekkelijkheid van de privésectoren volgens de subgroepen 21

---

## 06

voor welke criteria van een employer brand scoren privébedrijven het best? 22

---

# 07

hoe aantrekkelijk is de  
publieke sector? 24

---

- 7.1 waarom is de publieke sector aantrekkelijk? 26
- 7.2 aantrekkelijkheid van de publieke sector volgens de subgroepen 28

# 09

welke publieke  
organisaties zijn de meest  
aantrekkelijke werkgevers? 37

---

- 9.1 de relatieve aantrekkelijkheid van de publieke organisaties 38
- 9.2 waarom is de vlaamse overheid de meest aantrekkelijke publieke werkgever? 39
- 9.3 de absolute aantrekkelijkheid van publieke werkgevers 43

# 11

belangrijkste conclusies 46

---

# 08

welke bedrijven zijn de  
meest aantrekkelijke  
werkgevers? 30

---

- 8.1 relatieve aantrekkelijkheid van privéwerkgevers 32
- 8.2 waarom is de meest aantrekkelijke werkgever? 33
- 8.3 absolute aantrekkelijkheid van privéwerkgevers 35

# 10

de waarde van  
werkzekerheid 44

---

## bijlage

onderzochte werkgevers 50

---

# 01

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 werkgeversmerk 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 uw identiteit en imago als werkgever te werken wanneer het uw bedrijf voor de wind gaat. Integendeel: een goed onderhouden werkgeversimago dient als buffer en biedt uw onderneming een competitief voordeel op de arbeidsmarkt. In goede én slechte tijden.

een goed onderhouden  
werkgeversimago dient  
als buffer en biedt uw  
onderneming een com-  
petitief 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 en een hippe, inspirerende CEO zijn mooi meegenomen. Maar het beeld dat de arbeidsmarkt van uw 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 eigen employer brand.

Randstad wil bedrijven helpen om hun employer brand te verbeteren. Daarom onderzoeken we elk jaar – en dit jaar al voor de 19-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 21ste eeuw niet kan zonder een sterke employer brand.

# 02

randstad  
employer brand  
research

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

We kunnen de bestaande employer brand-onderzoeken 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 bevraagd. Er is ook heel wat onderscheid in de manier waarop de data verzameld worden. Bepaald onderzoek

het employer brand-onderzoek van randstad bestudeert het imago van een bedrijf aan de hand van een periodieke panelbevraging die peilt naar de mening van respondenten.

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 bevraagd. 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 panelbevraging die peilt naar de mening van respondenten.

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

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 een 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.

figuur 1

de verschillende vormen van onderzoek

	big data	panel/steekproef
identiteit ((ex-)werknemers)	glassdoor (opinie)	great place to work (opinie + externe jury)
image (externen)	linkedin (feitelijk gedrag)	randstad (opinie) universum (opinie)

---

## randstad onderzoekt alle grote privébedrijven in een land. De definitie van 'groot' verschilt wel van land tot land.

Vooreerst is er de transparantie. De employer brand-score in het Randstad-onderzoek is het aandeel respondenten (afgezet tegenover diegenen die het bedrijf kennen als werkgever) die een score van 4 of 5 geven op de vraag 'Zou u voor deze werkgever willen werken?'. 1 staat voor helemaal niet en 5 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 staat 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. Dat is niet het geval bij de andere aanbieders. Zo beperkt Universum zijn respondenten tot laatstejaars Masters. Ook Glassdoor en LinkedIn claimen geen representativiteit. 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 geïmponeerd 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.

Tenslotte wijzen we nog eens op het feit dat het Randstad-onderzoek niet manipuleerbaar en selectief is. Glassdoor kwam dit jaar in het nieuws omdat er aanwijzingen waren dat sommige bedrijven de data op de site hadden gemanipuleerd. De wijze waarop Glassdoor de gegevens verzamelt, is vatbaar voor fraude.

**aangezien het bij randstad gaat om anonieme respondenten die geen band hebben met het bedrijf dat ze beoordelen, is beïnvloeding of zelfs manipulatie simpelweg niet mogelijk.**

Hetzelfde geldt – zij het in mindere mate – voor Great Place To Work, waar ook al meerdere keren geruchten zijn opgedoken over bedrijven die de interne data-verzameling probeerden te beïnvloeden. Aangezien het bij Randstad gaat om anonieme respondenten die geen band hebben met het bedrijf dat ze beoordelen, is deze beïnvloeding of zelfs manipulatie simpelweg niet mogelijk.

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 een 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 183 bedrijven. Daarnaast werd dit jaar ook de publieke sector bevroegd. Het is voor het eerst dat de publieke sector in het onderzoek voorkomt in een periode van hoogconjunctuur. De grote vraag die zich stelt is dan ook of de publieke sector globaal genomen ook in deze tijd van hoogconjunctuur met betere employer brands uitpakt dan de privésector.

#### **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 privébedrijven zijn de meest aantrekkelijke werkgevers en waarom?
- welke organisaties en bedrijven in de publieke sector zijn de meest aantrekkelijke werkgevers en waarom?
- hoe verhoudt de publieke sector zich als geheel ten opzichte van de verschillende private sectoren en de privésector als geheel

We wensen u veel leesplezier.

03

aanpak

Tijdens de maanden december 2018 en januari 2019 verzamelde Randstad, in samenwerking met TNS voor de 19-de keer op rij de mening van 14.000 respondenten (studenten, werknemers, werkzoekenden, huismannen en -vrouwen, ...) tussen 18 en 65 jaar. Net zoals de voorbije acht 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 183 bedrijven 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 eerste willen we achterhalen welke bedrijven beschouwd worden als de meest aantrekkelijke werkgevers in België.

Ten tweede focust deze studie op wat deze bedrijven aantrekkelijk maakt. Heeft het te maken met de aantrekkelijke lonen of is de aangename 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 de keuze voor een werkgever.

- aantrekkelijk loon en 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 en samenleving (CSR)
- bevordert diversiteit en inclusie
- kwalitatieve producten/diensten
- goede reputatie
- nieuwste technologieën

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

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

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:

tabel 1

### de respondenten

man	49%
vrouw	51%
franstalig	43%
nederlandstalig	57%
18-24 jaar	23%
25-34 jaar	21%
35-54 jaar	37%
55-64 jaar	19%
lager onderwijs	8%
middelbaar	49%
hoger onderwijs	42%

---

# 04

# resultaten

## 4.1 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

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.

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 de bouwsteen '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.

De respondenten moesten uit 16 criteria hun top vijf selecteren.

tabel 2

### welke criteria zijn belangrijk bij de keuze voor een werkgever?

	2019
loon en voordelen	63%*
werksfeer	53%
werkzekerheid	53%
balans werk/privé	48%
flexibele werkregelingen	36%
toekomstperspectieven	37%
locatie bedrijf	33%
financiële gezondheid	29%
interessante jobinhoud	27%
opleidingen	24%
goede reputatie	17%
CSR	19%
kwalitatieve producten/diensten	15%
sterk management/leiderschap	12%
diversiteit/inclusie	12%
nieuwste technologieën	10%

% respondenten die dit criterium vermelden in top 5

Welke zijn anno 2019 de belangrijkste criteria? Zoals steeds zijn er weinig verrassingen. Het criterium 'loon en voordelen' blijft onbedreigd de belangrijkste driver en behoudt de historisch grote voorsprong op 'werksfeer' en 'werkzekerheid'. De driver 'balans werk-privé' staat opnieuw op vier en de 'flexibele werkregelingen' op vijf.

---

## bijna één op vijf respondenten plaatst CSR in de top 5 van criteria die de aantrekkelijkheid van een werkgever bepalen.

Hoewel continuïteit zoals steeds troef is, is er altijd wel een criterium dat uit de band springt. Dit jaar is dat 'CSR', de aandacht voor milieu en maatschappij. Met 19% (dus net niet één op vijf werknemers die het in hun top 5 zetten) is dit de hoogste score die ooit gehaald is voor dit criterium in de geschiedenis van het Randstad Employer Brand Research. Omdat het onderzoek plaatsvond begin 2019, is het heel goed mogelijk dat de klimaatbetogingen van de jongeren hier een rol hebben gespeeld. Bij de jongeren (-25 jaar) behaalt dit criterium zelfs 25%. Dus duidelijk hoger dan de oudere leeftijdsgroepen en eveneens de hoogste score ooit. Of hiermee echt een trend is ingezet is voorlopig onzeker. Ook in het verleden heeft dit criterium een aantal stijgingen gekend. Zij het in mindere mate. Maar dit bleken meestal éénmalige uitschieters die het jaar erop niet bevestigd werden. Afspraak in 2020 dus.

### 4.2 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. Wat deze criteria betreft, blijft het verschil bestaan, er is geen tendens dat het verschil uitvlakt. Dit jaar komt daar voor het eerst ook het criterium 'loon en voorwaarden' bij. Tot enkele jaren geleden hechtten mannen meer belang aan dit criterium dan vrouwen. De laatste jaren was er geen verschil meer. En dit jaar hechten vrouwen hier blijkbaar nog meer waarde aan dan mannen (resp. 61% en 66%). Voor alle duidelijkheid, ook mannen vinden dit afgetekend de belangrijkste driver. Mannen vinden de financiële gezondheid van de onderneming,

het gebruik van nieuwe technologieën en de reputatie van het bedrijf dan weer belangrijker dan vrouwen. Wat de werkzekerheid betreft, merken we nagenoeg geen verschil.

Werknemers met een diploma hoger onderwijs hechten meer belang aan de inhoud van de jobs en aan flexibele werkmogelijkheden. Werknemers met maximaal een diploma secundair onderwijs zijn gevoeliger voor de werkzekerheid. Bij alle andere criteria zijn de verschillen merkwaardig klein.

De grootste relatieve verschillen merken we bij de diverse leeftijdsgroepen. Zowel het belang van loon als werkzekerheid stijgt naarmate de leeftijd oploopt. Het omgekeerde doet zich voor bij het criterium werksfeer. Het belang ervan daalt naarmate men ouder wordt.

Maar noch de stijging bij loon en werkzekerheid noch de daling bij werksfeer heeft veel effect op de rangschikking van de betreffende criteria. Ook bij jongeren is 'loon en voorwaarden' het belangrijkste criterium. Zij het heel nipt (voor 'werksfeer'). Bij 55+ blijft werksfeer het derde belangrijkste criterium.

Ook nu weer stellen we vast dat de balans werk-privé niet belangrijker is bij jongeren (als uiting van een maatschappelijke trend) dan gemiddeld. Het is omgekeerd. Deze driver scoort (zoals elk jaar) het laagst bij de -25

jarigen en het hoogst bij de 35-54 jarigen. Pas na 55 neemt het belang opnieuw iets af. De toekomstmogelijkheden wegen uiteraard ook het zwaarst door bij de -25 jarigen om na dien (vooral na 35) iets af te zwakken. Flexibele werkregelingen en de locatie van het bedrijf volgen het patroon van de balans werk-privé. Over het groter belang van CSR bij jongeren hadden we het eerder al. Hetzelfde patroon merken we bij diversiteit.

### 4.3 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 behouden van een werknemer – weten we veel minder. Over de engagementsfunctie – de impact van een employer brand op de betrokkenheid en inzet van de werknemer – 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.

zowel het belang van loon als werkzekerheid stijgt naarmate de leeftijd oploopt. Het omgekeerde doet zich voor bij het criterium werksfeer.



Welke criteria zijn belangrijk om bij een werkgever te blijven (retentie) in vergelijking met deze bij keuze van een werkgever (rekrutering)?

tabel 3

### welke criteria zijn belangrijk voor retentie en rekrutering?

	retentie	rekrutering
werkzekerheid	51	53
loon en voordelen	50	63
balans werk/privé	42	48
locatie bedrijf	39	33
werksfeer	45	53
flexibele werkregelingen	32	36
financiële gezondheid	30	29
jobinhoud	30	27
toekomstperspectieven	31	37
opleidingen	23	24
goede reputatie	19	17
kwalitatieve producten/diensten	17	15
CSR	18	19
diversiteit/inclusie	14	12
sterk management/leiderschap	15	14
nieuwste technologieën	12	10

% respondenten die criterium vermelden in top 5

de belangrijkste vaststelling is dat de instrumentele criteria globaal genomen een vrij gelijkaardige rol spelen zowel bij rekrutering als bij retentie.

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 redelijk 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. De jobinhoud wint dan weer wat aan belang, maar dat blijft al bij al beperkt. Het criterium dat het meest aan belang wint bij retentie is de ligging van het bedrijf.

# 05

welke sectoren  
zijn de meest  
aantrekkelijke  
werkgevers?

## 5.1 farma opnieuw meest aantrekkelijke privésector

Traditioneel zien we weinig wijzigingen in de rangschikking van sectoren. Vorig jaar bijvoorbeeld, was de top 5 exact dezelfde als deze van het jaar ervoor. Dit jaar is er iets meer beweging.

De farmaceutische sector is opnieuw de winnaar en diept de voorsprong met de nummer twee opnieuw uit. Na de verliezen op het vlak van aantrekkelijkheid de vorige jaren, pakt de sector als geheel dit jaar opnieuw met stevige winst uit. Op de tweede plaats vinden we voor het eerst in de geschiedenis de sector van de aeronautica terug. De mediasector moet ondanks een kleine stijging van de aantrekkelijkheid vrede nemen met een derde plaats. High tech (de nieuwe benaming voor de vroegere elektronica-sector) maakt een flink opwaartse sprong en haalt de beste plaats in de rangschikking ooit. Informatica-consultancy moet een plaats inleveren en eindigt als vijfde.

Verderop in de rangschikking slaagt de sector van banken-verzekeringen er niet in zich te herstellen van de opdoffer van vorig jaar, toen de sector uit de top tien van meest aantrekkelijke sectoren verdween. Zowel de chemie, human resources als automotive (productie) laten de banken-verzekeringen achter zich. De sector behoort niet meer tot de tien aantrekkelijkste sectoren. Net zoals vorig jaar sluit de sector van het personenvervoer de lijst af. Die sector is, niet voor het eerst, minder aantrekkelijk dan de sector die instaat voor het vervoer van goederen.

# de farmaceutische sector is opnieuw de winnaar en diept de voorsprong met de nummer twee opnieuw uit.

tabel 4

### rangschikking sectoren volgens aantrekkelijkheid 2018-2019 (in %)

	2019	2018
farmaceutica	44,8	41,2
aeronautica	41,9	36,3
media	41,2	40,4
high tech	39,5	32,0
IT & consultancy	38,4	32,7
automotive (productie)	36,4	30,5
bouw & installatie	36,3	31,9
horeca & toerisme	35,5	28,3
voeding	34,8	30,7
chemie	34,4	31,8
automotive (retail)	33,3	29,3
human resources	32,7	29,8
banken & verzekeringen	32,7	28,4
energie	31,9	28,3
transport (goederen) & logistiek	31,5	27,6
niet-metaal	31,3	27,3
industriële schoonmaak & milieu & veiligheid	31,2	25,1
metaal & staal	30,2	27,0
telecom & contactcenters	30,1	26,8
retail (textiel, meubelen,...)	30,0	27,8
distributie	29,8	26,8
transport (mensen)	28,9	24,6

## 5.2 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 een of andere 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 drivers 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 zes van de tien criteria: loon en voordelen, toekomstmogelijkheden, balans privé/werk, financiële gezondheid, reputatie en jobinhoud.

Vorig jaar was de sector nog in acht sectoren de nummer één. Voor wat de werkzekerheid betreft, moet de farma dit jaar de sector van het personenvervoer laten voorgaan en voor het criterium 'nieuwste technologieën' de high tech-sector. De mediasector is, zoals bijna elk jaar opnieuw de sterkste voor werksfeer.

de op één na meest aantrekkelijke sector, de aeronauticasector, is voor geen enkel criterium de nummer één maar haalt wel drie keer de top drie.

Daarnaast positioneert deze sector zich ook in de top drie voor jobinhoud en aandacht voor milieu en samenleving. De op één na

meest aantrekkelijke sector, de aeronauticasector, is voor geen enkel criterium de nummer één maar haalt wel drie keer de top drie : jobinhoud, nieuwste technologieën en loon en voordelen. Net als vorig jaar haalt industriële schoonmaak het in de categorie 'impact op milieu en maatschappij'. Verrassend dit jaar is dat de sector automotiv (retail) drie keer top drie noteert: financiële gezondheid, reputatie en nieuwste technologieën.

tabel 5

### top drie van aantrekkelijkste privésectoren per criterium

	1	2	3
toekomstmogelijkheden	farma	it & consultancy	high tech
werksfeer	media	horeca & toerisme	farma
werkzekerheid	transport (mensen)	farma	energie
balans privé/werk	farma	human resources	banken & verzekeringen
financiële gezondheid	farma	it & consultancy	automotive (retail)
nieuwste technologieën	high tech	aeronautica	automotive (retail)
jobinhoud	farma	media	aeronautica
CSR	industriële schoonmaak	energie	media
goede reputatie	farma	it & consultancy	automotive (retail)
loon en voordelen	farma	it & consultancy	aeronautica

zowel bij vrouwen, middengeschoolden en franstaligen moet de farmasector de sector van de media laten voorgaan.

### 5.3 aantrekkelijkheid van de privésectoren volgens de subgroepen

Net zoals de vorige jaren is de leiderspositie van de farmasector wat de globale aantrekkelijkheid betreft 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.

tabel 6

#### top drie privésectoren volgens subgroepen

	1	2	2
mannen	aeronautica	high tech	farma
vrouwen	farma	media	it & consultancy
middelbaar	media	farma	horeca & toerisme
hoger	farma	aeronautica	media
18-30	media	farma	it & consultancy
31-50	farma	high tech	media
51-65	farma	aeronautics	media
nederlands	farma	aeronautica	it & consultancy
frans	farma	aeronautica	high tech

# 06

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

## net als de vorige jaren is het de financiële gezondheid van bedrijven die het best scoort.

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.

tabel 7

### aantrekkelijkheid van de verschillende criteria (gemiddelde score op schaal van 5)

1.	financiële gezondheid	3,61
2.	nieuwste technologieën	3,40
3.	goede reputatie	3,36
4.	werkzekerheid	3,31
5.	loon en voordelen	3,31
6.	toekomstmogelijkheden	3,20
7.	jobinhoud	3,13
8.	werksfeer	3,10
9.	balans werk/privé	3,10
10.	CSR	2,92

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. Hoewel er op dat vlak dit jaar enige verandering valt op te merken.

# 07

hoe aantrekkelijk  
is de publieke  
sector?



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 opnieuw geopteerd om de werkgeversaantrekkelijkheid van de publieke sector te onderzoeken. Het is voor het eerst dat we de publieke sector onderzoeken in een periode van hoogconjunctuur. De grote vraag is of de sterkere positie van de publieke sector, wat de aantrekkelijkheid betreft, zich ook in dezelfde mate manifesteert in tijden waar er globaal genomen een krapte is op de arbeidsmarkt en het voor heel wat werknemers in principe redelijk gemakkelijk is om opnieuw werk te vinden.

Dat de publieke sector als geheel een sterk werkgeversmerk blijft, kunnen we vermoeden als we de studie van vorig jaar in herinnering brengen. Toen onderzochten we de aantrekkelijkheid van de lokale besturen. Deze bleken in 2018 met een gemiddelde aantrekkelijkheid van 43,7% de meest aantrekkelijke sector, vóór de farma (41,2%) en media (40,4%). In vergelijking met de totale private sector bedroeg het verschil maar liefst 13,5 procentpunten.

De grote aantrekkelijkheid van de publieke sector als werkgever blijkt duidelijk uit de cijfers. Als aparte sector noteert de publieke sector op de tweede plaats, net na de farma met een aantrekkelijkheid van 42,1%. Daarmee doet die het zelfs beter dan in 2015 toen de publieke sector op plaats drie noteerde na farma en media. Daarmee is de vraag of de aantrekkelijkheid van de publieke sector in tijden van hoogconjunctuur afneemt meteen beantwoord. Ook in tijden van hoogconjunctuur blijft de publieke sector als geheel zeer aantrekkelijk om voor te werken. Er is geen enkele indicatie die wijst op een afnemende aantrekkelijkheid.

tabel 8

## aantrekkelijkheid sectoren

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

Vergelijken we de publieke sector met de globale privésector, dan blijft het verschil ook in tijden van hoogconjunctuur zeer groot. De publieke sector haalt een gemiddelde aantrekkelijkheidsscore van 42,1%. De privésector haalt 34%. Indien de verschillende FOD's als aparte organisaties worden meegenomen, stijgt de aantrekkelijkheid van de publieke sector zelfs naar 44,4% en wordt het verschil met de privésector nog groter.

## 7.1 waarom is de publieke sector aantrekkelijk?

De aantrekkelijkheid van de publieke sector komt sterk tot uiting bij vier van de tien criteria: werkzekerheid, balans werk/privé, toekomstmogelijkheden en CSR. De sector haalt er telkens de top drie. Drie keer is de sector de allerbeste. Wat de balans werk-privé betreft en de werkzekerheid is dat uiteraard niet verrassend. Gezien het belang van deze criteria voor

in feite is er maar één criterium waar de publieke sector zwak scoort: nieuwste technologieën. Wat de jobinhoud betreft, scoort de sector net buiten de top drie (5).

een employer brand is het duidelijk dat de sterke prestatie van de publieke sector voor een flink deel hiermee te maken heeft. Zij het zeker niet volledig. In

feite is er maar één criterium waar de publieke sector zwak scoort: nieuwste technologieën (op twee na laatste). Wat de jobinhoud betreft, scoort de sector net buiten de top drie (5).

tabel 9

### top drie van aantrekkelijkste sectoren per criterium (met inbegrip van publieke sector)

	1	2	3
toekomstmogelijkheden	farma	it & consultancy	publieke sector
werksfeer	media	horeca & toerisme	farma
werkzekerheid	publieke sector	transport (mensen)	farma
balans privé/werk	publieke sector	farma	human resources
financiële gezondheid	farma	it & consultancy	automotive (retail)
nieuwste technologieën	high tech	aeronautica	automotive (retail)
jobinhoud	farma	aeronautica	media
milieu/samenleving (CSR)	publieke sector	industriële schoonmaak	energie
goede reputatie	farmaceutica	it & consultancy	automotive (retail)
loon en voordelen	farmaceutica	it & consultancy	aeronautica

voor zeven criteria scoort de publieke sector beter dan de privésector: werkzekerheid, balans werk/privé, toekomstmogelijkheden, werksfeer, jobinhoud, CSR, en loon en voordelen.

Een volledige vergelijking tussen de publieke en de privésector is weergegeven in de volgende tabel.

tabel 10

vergelijking  
scores kenmerken  
publieke sector  
versus privésector

	publieke sector	privésector
toekomstmogelijkheden	3,41	3,20
werksfeer	3,17	3,10
werkzekerheid	3,82	3,31
balans werk/privé	3,39	3,10
financiële gezondheid	3,61	3,61
nieuwste technologieën	3,15	3,4
jobinhoud	3,37	3,13
milieu/samenleving (CSR)	3,26	2,92
goede reputatie	3,36	3,35
loon en voordelen	3,31	3,22

Voor zeven criteria scoort de publieke sector beter dan de privésector. Naast de werkzekerheid en balans werk/privé geldt dit ook voor toekomstmogelijkheden, werksfeer, jobinhoud, CSR, en – op het eerste zicht verrassend – loon en voordelen. Voor slechts één criterium laat de privésector de publieke duidelijk achter zich: het gebruik van de nieuwste technologieën. Voor twee criteria scoren beiden nagenoeg gelijk (financiële gezondheid en reputatie). Nieuwe ontwikkelingen zijn hier niet waar te nemen. De criteria die vroeger ook werden bevraagd gaven dezelfde verhouding.

## de publieke sector is bij de vrouwen de op één na aantrekkelijkste sector na de farma.

### 7.2 aantrekkelijkheid van de publieke sector volgens de subgroepen

De sterke prestatie van de publieke sector wordt vlot doorgetrokken naar het niveau van de subgroepen. De publieke sector is bij de vrouwen de op één na aantrekkelijkste sector na de farma en bij de mannen is het de derde aantrekkelijkste sector.

Bij de middengeschoolden is het de meest aantrekkelijke sector, maar bij de hogeschoolden is de aantrekkelijkheid eveneens zeer hoog. Alleen de farma en de aeronautica doen beter.

En ook wat de indeling naar taal betreft, is er weinig verschil. Bij de Nederlandstaligen is de publieke sector de aantrekkelijkste. In Franstalig België moet de publieke sector alleen de farma laten voorgaan.

Alleen bij de jongere populatie (-30) behoort de publieke sector niet tot de top van de aantrekkelijke sectoren. Maar met een zevende plaats scoort de sector ook bij deze leeftijdsgroep niet slecht.

tabel 11

#### top drie van aantrekkelijkste sectoren per subgroep met inbegrip van publieke sector

	1	2	3
mannen	aeronautica	high tech	publieke sector
vrouwen	farma	publieke sector	media
middelbaar	publieke sector	media	farma
hoger	farma	aeronautica	publieke sector
18-30	media	farma	it & consultancy
31-50	publieke sector	farma	high tech
51-65	publieke sector	farma	aeronautics
nederlands	publieke sector	farma	aeronautica
frans	farma	publieke sector	aeronautica

Als afsluiter maken we een meer systematische vergelijking tussen de publieke en de private sector.

Ook in tijden van hoogconjunctuur is de publieke sector als werkgever een stuk aantrekkelijker dan de privésector. Het verschil bedraagt 8 procentpunten. Indien de verschillende FOD's als aparte entiteiten zouden worden meegenomen, dan loopt het verschil zelfs op tot meer dan 10 procentpunten.

Dezelfde vaststelling blijft overeind als we de verschillende subgroepen meenemen in de analyse. Mannen vinden de privésector iets aantrekkelijker en de publieke sector iets minder aantrekkelijk dan vrouwen. Maar het

verschil is zeer beperkt. Bij vrouwen is het verschil in het voordeel van de publieke sector iets meer dan 9%. Bij mannen is dat iets meer dan 6 procentpunten.

Verrassend is wel dat er bij de jongeren geen echt verschil is in het voordeel van de publieke sector. De balans slaat daar zelfs licht in het voordeel van de privésector uit (resp. 33,3 en 34,9%).

Bij werkzoekenden is het verschil inzake aantrekkelijkheid tussen publiek en privé ook veel kleiner. Dit komt omdat werkzoekenden privébedrijven aantrekkelijker inschatten dan werkenden.

tabel 12

## overzicht publieke sector met FOD's als één entiteit en als aparte entiteiten versus scores privésector

	publieke sector	publieke sector	privé-sector
	(FOD als meerdere entiteiten)	(FOD als één entiteit)	
algemeen	44,38	42,11	33,95
man	43,61	41,44	34,90
vrouw	44,74	42,24	32,79
18-24	35,60	33,30	34,92
25-34	47,42	46,46	36,77
35-54	45,31	42,64	33,16
55-64	46,38	43,73	30,51
laag	na	na	na
midden	44,65	43,01	32,60
hoog	44,96	42,04	34,37
nederlands	42,72	39,75	31,49
frans	44,50	41,41	36,25
aan het werk	45,45	43,24	34,38
werkloos (ook werkzoekend)	41,99	42,11	38,17
student	32,70	30,90	32,84
gepensioneerd	na	na	31,46

# 08

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

we koppelen 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.

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 meten. We gebruiken deze parameter 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.

Bpost is dit jaar voor het eerst sinds lang de meest bekende werkgever. In het vorige decennium was het samen met Ikea ook al de meest bekende werkgever, toen nog als De Post. Maar na de (nochtans niet opzienbarende) naamsverandering, zakte het bedrijf uit de top tien. Pas vanaf 2015 behoorde Bpost opnieuw tot de tien bekendste bedrijven. Vermoedelijk hebben de veelvuldige problemen waarmee het bedrijf zich geconfronteerd zag in 2018 en de grotere media-aandacht die daarmee gepaard ging voor de extra naambekendheid gezorgd. Voor de rest komen meestal de vertrouwde namen naar voor.

<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

tabel 13

### top tien bekendste werkgevers in België – naambekendheid (in %)

bpost	92,4
carrefour	90,5
proximus	90,4
coca-cola	90,4
ikea	90,0
lidl	89,7
delhaize	89,0
engie	88,7
nmb	88,6
media markt	88,3

## 8.1 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. 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.

tabel 14

### top 20 aantrekkelijkste werkgevers

1	deme <sup>2</sup>	55,9
2	janssen pharmaceutica	53,8
3	jan de nul	53,7
4	gsk	50,9
5	mediahuis	50,4
6	multipharma	47,5
7	colruyt group	47,4
8	tui	47,3
9	bank degroof petercam	47,0
10	coca-cola	46,3
11	pwc	45,6
12	vrt	45,2
13	brussels airlines	45,0
14	barry callebaut	45,0
15	audi brussels	45,0
16	capgemini	44,6
17	nike	44,1
18	bayer	43,7
19	p&g	43,7
20	kpmg	43,3

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

2 De score van 55,9% 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?'



## de employer brand van deme heeft een hele sterke basis. Bij de criteria zijn er geen duidelijk zwakke plekken.

### 8.2 waarom is deme de meest aantrekkelijke werkgever?

Vorig jaar scoorde Janssen Pharmaceutica op alle drivers beter dan het gemiddelde van de privésector. Dit wijst – zoals traditioneel kan worden verwacht van de winnaar – op een zeer sterke basis van de employer brand.

Nadat DEME in 2017 voor maar liefst vijf criteria de eerste plaats behaalde, doet het dit jaar nog beter. Maar liefst zes op de tien keer komt het bedrijf als eerste uit de bus (werkzekerheid, toekomstperspectieven, jobinhoud, werksfeer, nieuwste technologieën en loon en voordelen).

De andere winnaars zijn Coca-Cola (financiële gezondheid), Colruyt Group (CSR), Jan De Nul (reputatie) en Janssen Pharmaceutica (balans werk-privé). Ook Janssen Pharmaceutica behaalt een uitstekend resultaat. Naast de overwinning voor balans werk-privé, scoort het bedrijf nog vier keer in de top drie. Jan De Nul doet nog beter met naast een eerste plaats voor de driver 'reputatie' nog vijf top drie-noteringen.

tabel 15

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

	1	2	3
financiële gezondheid	coca-cola	janssen pharmaceutica	jan de nul
werkzekerheid	deme	jan de nul	colruyt group
toekomstperspectieven	deme	janssen pharmaceutica	kpmg
CSR	colruyt group	deme	ikea
jobinhoud	deme	janssen pharmaceutica	jan de nul
werksfeer	deme	mediahuis	jan de nul
werk/privé	janssen pharmaceutica	multipharma	ores
reputatie	jan de nul	deme	colruyt group
nieuwste technologieën	deme	hp	ibm
loon en voordelen	deme	jan de nul	janssen pharmaceutica

figuur 2

## waarom is deme de aantrekkelijkste werkgever?



■ deme  
■ globaal

tabel 16

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

	1	2	3
mannen	jan de nul	deme	janssen pharmaceutica
vrouwen	capgemini	gsk	multipharma
18-30	gsk	nike	bank degroof
31-50	mediahuis	jan de nul	janssen pharmaceutica
51-65	multipharma	janssen pharmaceutica	jan de nul
middelbaar	deme	mercedes benz	jan de nul
hoger	gsk	janssen pharmaceutica	jan de nul
nederlands	janssen pharmaceutica	deme	jan de nul
frans	rtbf	gsk	tui

Zoals elk jaar zijn er bij de subgroepen heel wat verschillende winnaars. Dit jaar zijn het er acht. Alleen GlaxoSmithKline (GSK) slaagt erin bij meer dan één subgroep te winnen. Janssen Pharmaceutica en Jan De Nul slagen er het meest in zich te nestelen in de top drie. Janssen vijf keer en Jan De Nul zes keer. Deme, de globale winnaar, moet zich tevreden stellen met drie top drie-noteringen. In deze speelt de lage naambekendheid het bedrijf soms parten.

## 8.3 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). Twee jaar geleden moest Coca-Cola na zeven opeenvolgende overwinningen de eer voor het eerst aan Colruyt laten, maar vorig jaar was het bedrijf opnieuw winnaar.

de absolute aantrekkelijkheid van een bedrijf hangt vooral af van zijn naambekendheid.

Dit jaar is Coca-Cola in absolute zin opnieuw de meest aantrekkelijke werkgever. Het be-

drijf haalt het nipt voor Colruyt. Het zijn twee bedrijven die uitzonderlijk zowel de top tien van de absolute aantrekkelijkheid als die van de relatieve aantrekkelijkheid halen. Ook TUI (op nummer 8) slaagt daar in. Zoals elk jaar zijn de wijzigingen eerder beperkt. Opvallend is dat van de drie grootbanken die vorig jaar in de top 20 stonden, er twee zijn die dit jaar de rol moeten lossen (Belfius en ING). Gelukkig prijkt BNP Paribas Fortis voor het eerst sinds lang weer in de top 20.

tabel 17

## de 20 absoluut meest aantrekkelijke werkgevers in België (in %)

1.	coca-cola	41,8
2.	colruyt group	41,4
3.	brussels airlines	37,8
4.	nike	36,6
5.	ikea	35,5
6.	decathlon	34,5
7.	bpost	34,0
8.	tui	33,2
9.	delhaize	32,6
10.	media markt	32,2
11.	proximus	32,2
12.	philips	32,0
13.	bnp paribas fortis	31,1
14.	fnac vandenborre	31,0
15.	engie	30,6
16.	kbc	30,5
17.	center parcs	29,5
18.	nmbs	29,3
19.	ici paris xl	29,2
20.	carrefour	29,1

---

# 09

welke publieke  
organisaties 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 organisaties uit de publieke sector als werkgever.

tabel 18

### top tien meest bekende publieke werkgevers (in %)

1	de politie	87,0
2	rva	72,1
3	rsz	66,3
4	defensie	58,8
5	vlaamse overheid	56,5
6	vdab	56,2
7	riziv	53,1
8	waalse overheid	53,1
9	fod's	52,6
10	kind & gezin	47,7

Traditioneel ligt de naambekendheid van de publieke werkgevers een stuk lager dan de privéwerkgevers. Alleen De Politie, de meest bekende publieke werkgever, zou met een score van 87% in de top 20 van de privéwerkgevers terecht komen. Voor de rest bevat de rangschikking, zoals verwacht, geen verrassingen ten opzichte van vorig jaar. Het zijn min of meer dezelfde werkgevers die in de rangschikking voorkomen.

## traditioneel ligt de naambekendheid van de publieke werkgevers een stuk lager dan de privéwerkgevers.

### 9.1 de relatieve aantrekkelijkheid van de publieke organisaties

tabel 19

### de tien meest aantrekkelijke publieke organisaties (in %)

1	vlaamse overheid	55,2
2	office de la naissance et de l'enfance (o.n.e.)	50,9
3	fod's	50,4
4	vlaamse milieu maatschappij (vmm)	47,8
5	federatie wallonië-brussel	47,1
6	rijksdienst voor pensioenen (rvp)	44,7
7	société wallonne des eaux (swde)	44,0
8	waalse overheid	42,8
9	kind & gezin	42,7
10	federaal agentschap voor de voedselveiligheid (favv)	42,2

De Vlaamse Overheid is voor de tweede keer de meest aantrekkelijke publieke organisatie. In 2013 kwam het al eens als meest aantrekkelijke uit de bus. Maar liefst 55% van degenen die de organisatie kennen, zouden er graag tot heel graag werken. De Vlaamse Overheid

haalt het redelijk afgetekend van O.N.E. (in 2015 nog de meest aantrekkelijke publieke organisatie) en de Federale Overheidsdiensten (FOD's) die in 2012 als meest aantrekkelijke publieke werkgever uit de bus kwamen.

In vergelijking met 2015 halen zowel de Vlaamse Overheid als de FOD's ongeveer dezelfde aantrekkelijkheidsscore (toen resp. 55% en 49%). Dit geldt ook voor de Federatie Wallonië-Brussel (45%). De Waalse Overheid gaat er in vergelijking met 2015 licht op vooruit.

De scores maken meteen duidelijk dat de publieke organisaties niets aan aantrekkelijkheid hebben verloren. De huidige hoogconjunctuur speelt in deze weinig of geen rol.

## 9.2 waarom is de vlaamse overheid de meest aantrekkelijke publieke werkgever?

Traditioneel vergelijken we de scores van de winnaar wat de relatieve aantrekkelijkheid betreft, met deze van de rest van de publieke werkgevers. Bijna altijd blijkt dat de winnaar voor de meeste criteria beter scoort dan het gemiddelde. Soms met een zeer groot verschil. Bij de Vlaamse Overheid is dat niet het geval. De Vlaamse Overheid haalt 'slechts' voor vijf criteria een hogere score dan gemiddeld: werkzekerheid, loon en voordelen, jobinhoud, toekomstperspectieven en balans werk/privé. Daar zitten wel drie van de vier belangrijkste criteria bij (loon, werkzekerheid en balans werk/privé). En in de gevallen waar de Vlaamse Overheid lager scoort, is het verschil klein.

tabel 20

### welke drie publieke werkgevers kregen de hoogste scores voor de verschillende criteria?

	1	2	3
financiële gezondheid	watergroep	vmm	favv
werkzekerheid	de politie	defensie	fod
toekomstperspectieven	de politie	defensie	fod
CSR	vmm	watergroep	favv
jobinhoud	de politie	vmm	federatie wallonië-brussel
werksfeer	o.n.e.	vmm	kind & gezin
balans werk-privé	federatie wallonië-brussel	forem	rvp
reputatie	o.n.e.	vmm	kind & gezin
nieuwste technologieën	vmm	aquafin	defensie
loon en voordelen	defensie	vlaamse overheid	fod

figuur 3

## waarom is de vlaamse overheid de meest aantrekkelijke publieke werkgever?



■ vlaamse overheid  
■ publieke werkgevers



de politie scoort het best met drie overwinningen (werkzekerheid, toekomstperspectieven en jobinhoud).

tabel 21

welke drie publieke werkgevers kregen de hoogste scores voor de verschillende subgroepen?

	1	2	3
mannen	vlaamse overheid	fod	federatie wallonië-brussel
vrouwen	o.ne.	vlaamse overheid	kind & gezin
18-30	o.n.e.	vlaamse overheid	kind & gezin
31-50	vlaamse overheid	federatie wallonië-brussel	fod
51-65	vmm	Vlaamse overheid	fod
middelbaar	vlaamse overheid	o.n.e.	favv
hoger	vlaamse overheid	fod	o.n.e.
nederlands	vlaamse overheid	fod	vmm
frans	waalse overheid	federatie wallonië-brussel	fod

Maar liefst zes verschillende publieke werkgevers zijn de aantrekkelijkste voor minstens één criterium.

De Politie scoort het best met drie overwinningen (werkzekerheid, toekomstperspectieven en jobinhoud). Ook VMM en O.N.E. komen goed voor de dag met winst voor twee criteria. De andere winnaars zijn Watergroep voor financiële gezondheid, Defensie voor loon en voordelen en de Federatie Wallonië-Brussel voor balans werk-privé. De Vlaamse overheid – globaal de meest aantrekkelijke werkgever – scoort slechts één keer in de top drie.

Bij de subgroepen kaapt de Vlaamse overheid de meeste prijzen weg (mannen, 31-50 jarigen, middelbaar en hoger onderwijs en Nederlandstaligen. O.N.E. is de meest aantrekkelijke werkgever bij de vrouwen en de jongeren. Bij de Franstaligen zijn het – weinig verrassend – de eigen instellingen, die de voorkeur genieten.

### de meest aantrekkelijke FOD

Voor de globale analyse worden de verschillende FOD's samen genomen. Maar het is natuurlijk ook interessant om te zien of er tussen de verschillende FOD's ook verschillen op het vlak van aantrekkelijkheid waar te nemen zijn. Uit vorig onderzoek bleek dat dit inderdaad het geval is.

tabel 22

### top tien relatieve aantrekkelijkheid en naambekendheid van de verschillende FOD's (in %)

1.	buitenlandse zaken	54,9
2.	volksgezondheid	54,4
3.	binnenlandse zaken	52,3
4.	werkgelegenheid, arbeid en sociaal overleg	51,0
5.	personeel en organisatie	50,3
6.	justitie	50,1
7.	economie, kmo, middenstand en energie	49,3
8.	financiën	47,7
9.	sociale zekerheid	45,8
10.	mobiliteit en vervoer	43,6

De aantrekkelijkheid van de verschillende FOD's blijkt inderdaad onderling nogal te verschillen. Bovendien lijkt het verschil inzake aantrekkelijkheid tussen de meest en minst aantrekkelijke FOD nog wat op te lopen. In 2013 was dit 8%, nu is dit 11%. Met 54,9% zou de meest aantrekkelijke FOD – die van Buitenlandse Zaken – net na de Vlaamse Overheid

geëindigd zijn. Met 43,6% zou de minst aantrekkelijke – de FOD Mobiliteit – nog steeds de achtste plaats halen. De onderlinge rangschikking van de verschillende FOD's verandert niet veel. Het zijn globaal genomen dezelfde FOD's die bovenaan en onderaan staan.

tabel 23

### de tien aantrekkelijkste werkgevers in België publiek en privé samen (in %)

1.	deme	55,9
2.	vlaamse overheid	55,2
3.	janssen pharmaceutica	53,8
4.	jan de nul	53,7
5.	gsk	50,9
6.	o.n.e.	50,9
7.	mediahuis	50,4
8.	fod's	50,4
9.	vmm	47,8
10.	multipharma	47,5

Toen de Vlaamse overheid in 2013 won, was ze ook globaal de meest aantrekkelijke werkgever. Deze keer moet de Vlaamse Overheid nipt Deme laten voorgaan. Traditioneel is deze gemengde top tien redelijk evenwichtig samengesteld met zes privébedrijven en vier publieke.

### 9.3 de absolute aantrekkelijkheid van publieke werkgevers

Net zoals bij de privéwerkgevers ziet de rangschikking van de absoluut meest aantrekkelijke werkgevers er anders uit dan de relatieve. Dat komt omdat de naambekendheid van de organisatie hier een belangrijke rol speelt. En omdat die naambekendheid bij de publieke werkgevers lager ligt.

tabel 24

#### top tien absolute aantrekkelijkheid publieke werkgevers in België

1.	de politie	36,3
2.	vlaamse overheid	31,2
3.	rva	29,9
4.	rsz	27,8
5.	fod's	26,3
6.	defensie	23,4
7.	vdab	23,3
8.	waalse overheid	22,7
9.	federatie brussel-wallonië	20,9
10.	kind & gezin	20,4

# 10

de waarde van  
werkzekerheid

Dat werkzekerheid belangrijk is voor werkenden hoeft geen betoog. Als men voor een bedrijf kiest dan is het in tijden van recessie zelfs het belangrijkste criterium. Als het economische wat beter gaat blijft werkzekerheid steevast in de top drie noteren (na salaris en duellerend om de tweede plaats met werksfeer).

De vraag is of de financiële waarde van werkzekerheid ook te berekenen valt? We vroegen aan de respondenten hoeveel procent van hun loon ze wilden inleveren in ruil voor werkzekerheid waarbij 0% uiteraard ook een mogelijke keuze was.

tabel 25

## hoeveel procent van je loon zou je inleveren in ruil voor werkzekerheid?

0%	36,1
1-5%	27,0
6-10%	19,1
11-15%	8,0
16-20%	5,3
20%+	4,4

N = 5.914

De tabel levert enkele interessante inzichten op.

Zoals kon worden voorspeld, wil een meerderheid van de respondenten loon inleveren in ruil voor werkzekerheid. Degenen die geen loon wensen in te leveren zijn vermoedelijk grotendeels werkenden die een sterke arbeidsmarktpositie hebben en de daarbij horende zekerheid dat ze bij verlies van de job snel ander werk kunnen vinden.

## gemiddeld wil een werknemer 6% van het loon inleveren in ruil voor werkzekerheid.

Maar gemiddeld genomen wil men slechts een beperkt deel van het loon inleveren. Bij 27% gaat het om maximum 5%. Slechts 4% wil minimaal één vijfde inleveren. Gemiddeld wil een werknemer 6% van het loon inleveren in ruil voor werkzekerheid.

Hoe ouder men is, hoe minder men wil inleveren. Dat hedendaagse jongeren niets meer geven om werkzekerheid – de nieuwe generatie weet je wel – wordt hier nogmaals gelogenstraft. De waarheid is dat jongeren er het meest om geven, namelijk 8%. Hetzelfde geldt voor de iets oudere groep (25-34 jaar). Nadien treedt er daling op. De 55-plussers willen nog slechts 4% inleveren.

Tussen mannen en vrouwen zijn er op dat vlak weinig of geen verschillen. Mannen willen gemiddeld 7% inleveren, vrouwen 6%. Dat lager geschoolden meer willen inleveren dan hoger geschoolden zal weinigen verrassen. Maar het verschil is verrassend klein. Gemiddeld willen lager geschoolden 9% inleveren, hoger geschoolden 6%. Verrassend is dat midden-geschoolden niet meer willen inleveren dan hogeschoolden.

De slotsom is dat de gemiddelde werknemer waarde hecht aan werkzekerheid, maar dat dit niet moet overdreven worden. Misschien dat de hoogconjunctuur hier een rol speelt en dat deze waarde oploopt in tijden van recessie. Dat zal uit toekomstig onderzoek moeten blijken.

# 11

## belangrijkste conclusies

- Waarom kiezen mensen voor een bedrijf als werkgever? Traditioneel veranderen de redenen niet sterk op jaarbasis. Het criterium 'loon en voordelen' blijft afgetekend het belangrijkste criterium voor 'werkzekerheid en werksfeer' die elkaar nagenoeg ontlopen. Dan volgt opnieuw balans werk-privé.
- Verder weg in de rangschikking valt de score op van het criterium 'aandacht voor milieu en maatschappij'. Traditioneel een criterium met een score rond de 15%. Met 19% wordt dit jaar de hoogste score ooit opgetekend. Bij jongeren stijgt het aandeel zelfs naar 25%. Of we hier met een echt nieuwe trend te maken hebben zal de toekomst moeten uitwijzen.
- Maar liefst twee op drie respondenten wensen loon in te leveren in ruil voor werkzekerheid. Gemiddeld genomen gaat het om 6% van het loon. Bij jongeren is dat zelfs 8%.
- De farmasector is opnieuw de meest aantrekkelijke sector. Dit jaar is de zege zelfs meer afgetekend. De aeronauticasector verdringt de mediasector van de tweede plaats. High tech en IT & consultancy vervolledigen de top 5. De banken & verzekeringen behoren ook dit jaar niet tot de tien meest aantrekkelijke sectoren. De sector strandt op een dertiende plaats.

## 'loon en voordelen' blijft afgetekend het belangrijkste criterium, voor werkzekerheid en werksfeer.

- De farmasector is traditioneel ook de meest aantrekkelijke sector voor de meeste criteria van een employer brand. Dit jaar is dit het geval voor zes van de criteria. Alleen wat de werksfeer, CSR, werkzekerheid en nieuwste technologieën betreft, moet het andere sectoren laten voorgaan. Met uitzondering van CSR en nieuwste technologieën staat de sector overal in de top drie. De andere winnaars zijn de mediasector (zoals elk jaar ook nu weer de meest aantrekkelijke sector qua werksfeer), de sector van het personenvervoer voor wat betreft de werkzekerheid, high tech voor de nieuwste technologieën en industriële schoonmaak voor CSR.
- De publieke sector, die dit jaar als aparte sector werd bevraagd, komt als tweede meest aantrekkelijke sector uit de bus. Alleen de farmasector doet beter. Vergelijken we de totale privésector met de publieke sector dan bedraagt het verschil zo'n 8 procentpunten (resp. 42,1% en 34%). Er kan dus geen twijfel over bestaan. Ook in tijden van hoogconjunctuur blijft de publieke sector meer aantrekkelijk dan de privésector.

- De aantrekkelijkheid van de publieke sector komt uiteraard ook tot uiting bij de verschillende criteria. Bij zowel werkzekerheid, balans werk/privé en CSR komt de publieke sector als meest aantrekkelijke sector uit de bus. Ook voor wat de toekomstmogelijkheden betreft scoort de publieke sector in de top drie. Vergelijken we de totale privésector met de publieke sector dan is het verschil het grootst bij de werkzekerheid. Maar ook wat de balans werk/privé, de jobinhoud, CSR en de toekomstmogelijkheden betreft, is het verschil ten voordele van de publieke sector redelijk groot. Alleen inzake nieuwe technologieën slaat de balans duidelijk door in het voordeel van de privésector. Voor de financiële gezondheid en de reputatie is het verschil nihil. Tenslotte is er een minimaal verschil inzake werksfeer en loon en voordelen (zij het wel steeds in het voordeel van de publieke sector).
- Het DNA van de employer brand van een privébedrijf verschilt met dat van een publieke organisatie. Maar er zijn ook gelijkenissen. De sterke punten van de privésector zijn de financiële gezondheid en het gebruik van de nieuwste technologieën. De zwakste punten zijn traditioneel de werksfeer, de balans werk-privé en aandacht voor milieu en maatschappij. Bij de publieke sector zijn dit respectievelijk werkzekerheid en financiële gezondheid. De zwakste criteria hier zijn nieuwste technologieën en werksfeer.

deme is dit jaar voor de derde keer de meest aantrekkelijke privéwerkgever in België. Het bedrijf haalt het voor de winnaar van vorig jaar Janssen Pharmaceutica. Jan de nul wordt derde.

is: Mediahuis. Verder in de top tien vinden we twee verrassingen. Op zeven vinden we de Colruyt Group die een nieuw persoonlijk record neerzet. Op ne-

- Bpost is dit jaar voor het eerst sinds lange tijd opnieuw de meest bekende privéwerkgever voor Carrefour, Proximus, Coca-Cola en Ikea.
- Deme is dit jaar voor de derde keer de meest aantrekkelijke privéwerkgever in België. Het bedrijf haalt het voor de winnaar van vorig jaar Janssen Pharmaceutica. De eeuwige rivaal van Deme, Jan De Nul, wordt derde en GlaxoSmithKline vierde. De eerste vier plaatsen zijn dus voor ex-winnaars van de Randstad Award. Op de vijfde plaats vinden we het eerste bedrijf dat geen ex-winnaar is: Mediahuis. Verder in de top tien vinden we twee verrassingen. Op zeven vinden we de Colruyt Group die een nieuw persoonlijk record neerzet. Op negen staat Bank Degroef Petercam. Het is voor het eerst sinds de financiële crisis dat een bank een top tien plaats veroverd. Overigens is de prestatie van Bank Degroef Petercam geen voorbode van een renaissance van de sector als geheel. Tot slot: met zeven op tien is de aanwezigheid van Belgische bedrijven in de top van de rangschikking opnieuw sterk.

- Zoals steeds blijkt dat de meest aantrekkelijke winnaar (globale aantrekkelijkheid) ook een goed rapport kan voorleggen bij de aparte criteria. Voor Deme is dit niet anders. Voor alle criteria scoort het bedrijf beter dan het globale gemiddelde. Er is geen enkel zwak criterium te bespeuren. Alleen wat de balans werk-privé betreft, scoort het bedrijf nipt onder het gemiddelde.



## coca-cola is opnieuw in absolute zin de meest aantrekkelijke werkgever, het is de 12de overwinning op 19 deelnames.

- Deme zet de globale overwinning kracht bij met maar liefst zes keer een overwinning voor de verschillende criteria (werkzekerheid, toekomstperspectieven, jobinhoud, werksfeer, nieuwste technologieën en loon en voordelen). Andere winnaars zijn Coca-Cola (financiële gezondheid), Colruyt Group (CSR), Janssen Pharmaceutica (balans werk/privé) en Jan De Nul (reputatie). Dat laatste bedrijf scoort zes keer in de top drie.
- Bij de publieke organisaties is het de Vlaamse Overheid die als meest aantrekkelijke uit de bus komt en daarmee voor de tweede keer de meest aantrekkelijke publieke werkgever is. De Vlaamse Overheid haalt het redelijk afgetekend voor O.N.E. en de FOD's. Twee organisaties die in het verleden elk één keer de meest aantrekkelijke waren.
- Bij de FOD's merken we redelijke verschillen tussen de meest en minst aantrekkelijke werkgevers. Zij het dat de minst aantrekkelijke nog steeds fors boven de 40% aantrekkelijkheid noteert. Buitenlandse zaken is de meest aantrekkelijke FOD met 54,9%. Met die score noteert ook de meest aantrekkelijke FOD nog net onder de score van Vlaamse Overheid. De FOD Sociale zekerheid en Mobiliteit en Vervoer zijn de minst aantrekkelijke met 45,8% en 43,6%.
- Nemen we alle bedrijven en organisaties samen, dan bestaat de top tien van meest aantrekkelijke werkgevers uit zes privé en vier publieke werkgevers. DEME haalt het heel nipt voor de Vlaamse Overheid.
- Coca-Cola is opnieuw in absolute zin de meest aantrekkelijke werkgever. Het is de 12de overwinning op 19 deelnames. Coca-Cola haalt het heel nipt voor Colruyt. Brussels Airlines, Nike en Ikea vervolledigen de top vijf. Naast de top tien inzake relatieve aantrekkelijkheid halen Coca-Cola en Colruyt dus ook deze inzake absolute aantrekkelijkheid. Ook TUI, op de achtste plaats slaagt daarin. Met 41,8% haalt Coca-Cola bovendien een historisch hoge score. Het deed in de geschiedenis slechts één keer beter.

# bijlage

onderzochte  
werkgevers

## privéwerkgevers

(aib) vincotte	IT & consultancy
ab inbev - anheuser busch inbev	voeding
accenture	IT & consultancy
action	retail (textiel, meubelen,...)
ag insurance	banken & verzekeringen
agc	niet-metaal
agfa	IT & consultancy
ahold (albert heijn)	distributie
alcatel-lucent bell	high tech
alcon couvreur	farmaceutica
aldi	distributie
aperam stainless	metaal & staal
arcelor mittal	metaal & staal
atlas copco	metaal & staal
audi	automotive (productie)
aviapartner	transport (goederen) & logistiek
axa	banken & verzekeringen
baloise	banken & verzekeringen
balta	niet-metaal
bank degroof pitercam	banken & verzekeringen
barco	high tech
barry callebaut	voeding
basf	chemie
baxter	farmaceutica
bayer	farmaceutica
bekaert (metaal)	metaal & staal
belfius	banken & verzekeringen
belgacom	telecom & contactcenters
bnb	banken & verzekeringen
bnp paribas	banken & verzekeringen
borealis	chemie
bosch group	automotive (productie)
bpost	transport (goederen) & logistiek

brico	retail (textiel, meubelen,...)
brussels airlines	aeronautica
c&a	retail (textiel, meubelen,...)
c.b.r cementbedrijven	niet-metaal
caggemini	IT & consultancy
cargill	voeding
carrefour	distributie
cbc	banken & verzekeringen
cegeka	IT & consultancy
cegelec	bouw & installatie
center parcs	horeca & toerisme
cleaning masters	industriële schoonmaak & milieu & veiligheid
cnh	automotive (productie)
coca-cola	voeding
cofely	bouw & installatie
cola	bouw & installatie
colruyt	distributie
compass group	horeca & toerisme
cora	distributie
corelio	media
daf trucks	automotive (productie)
daikin	metaal & staal
de lijn	transport (mensen)
decathlon	retail (textiel, meubelen,...)
delhaize	distributie
deloitte	IT & consultancy
deme (dredging international)	bouw & installatie
dhl (deutsche post)	transport (goederen) & logistiek
d'ieteren	automotive (retail/diensten)
dsv	transport (goederen) & logistiek
electrabel	energie
elia	energie

ernst & young (ey)	IT & consultancy
esso (exxonmobil)	chemie
estée lauder	niet-metaal
ethias	banken & verzekeringen
euroclean	industriële schoonmaak & milieu & veiligheid
euroclear	banken & verzekeringen
evonik degussa	chemie
f.n. herstal	metaal & staal
fabricom	bouw & installatie
febelco	transport (goederen) & logistiek
fluvius system operator (eandis, infrax)	energie
friesland campina	voeding
g.o.m.	industriële schoonmaak & milieu & veiligheid
g4s	industriële schoonmaak & milieu & veiligheid
general services antwerp	transport (goederen) & logistiek
group s	human resources
gsk - glaxosmithkline	farmaceutica
h&m - hennes & mauritz	retail (textiel, meubelen,...)
h.essers	transport (goederen) & logistiek
hr rail	transport (mensen)
ibm	IT & consultancy
ici paris xl	retail (textiel, meubelen,...)
ikea	retail (textiel, meubelen,...)
imtech	bouw & installatie
ineos	chemie
infrabel	transport (mensen)
ing	banken & verzekeringen
innno	retail (textiel, meubelen,...)
ip globalnet	telecom & contactcenters
iris (cleaning)	industriële schoonmaak & milieu & veiligheid
iss facility services	industriële schoonmaak & milieu & veiligheid
jan de nul	bouw & installatie
jetair	horeca & toerisme
janssen pharmaceutica	farmaceutica
kbc	banken & verzekeringen

kpmg	IT & consultancy
krefel	retail (textiel, meubelen,...)
kruidvat	retail (textiel, meubelen,...)
la lorraine bakery group	voeding
laurenty	industriële schoonmaak & milieu & veiligheid
lidl	distributie
lunch garden	horeca & toerisme
makro	distributie
match	distributie
mcbride	niet-metaal
media markt	retail (textiel, meubelen,...)
mestdagh (champion)	distributie
mivb	transport (mensen)
mobistar	telecom & contactcenters
mondelez	voeding
multipharma	farmaceutica
nexans	metaal & staal
nike	transport (goederen) & logistiek
nlmk	metaal & staal
nmba groep	transport (mensen)
okay	distributie
ontex	niet-metaal
ores	energie
p&g - procter & gamble	niet-metaal
p&v assurances - p&v verzekeringen	banken & verzekeringen
partena	human resources
pfizer	farmaceutica
philips	high tech
pinguin / scana noliko	voeding
pizza hut	horeca & toerisme
primark	retail (textiel, meubelen,...)
punch powertrain	automotive (productie)
puratos	voeding
pwc - pricewater-housecoopers	IT & consultancy
quality meat renmans	distributie
randstad	human resources
realdolmen	IT & consultancy

recticel	chemie
renewi	industriële schoonmaak & milieu & veiligheid
roularta	media
rtbf - radio télévision belge francophone	media
saint-gobain	niet-metaal
sd worx	human resources
securex	human resources
securitas	industriële schoonmaak & milieu & veiligheid
seris	industriële schoonmaak & milieu & veiligheid
sgs	IT & consultancy
sibelga - brussels network operations (bno)	energie
siemens	high tech
sita	industriële schoonmaak & milieu & veiligheid
sodexo	horeca & toerisme
solvay	chemie
sonaca	aeronautica
spie	bouw & installatie
swift	IT & consultancy
swissport international	transport (goederen) & logistiek
tec	transport (mensen)
techspace aero (safran)	aeronautica
telenet	telecom & contactcenters
tenneco automotive	automotive (productie)
thomas & piron	bouw & installatie
tnt	transport (goederen) & logistiek
total	chemie
toyota motor corporation	automotive (retail/diensten)
tractebel	bouw & installatie
tvh forklift parts	automotive (productie)
ucb - union chimique belge	farmaceutica
umicore	chemie
unilin	niet-metaal
ups - united parcel service	transport (goederen) & logistiek

valeo	automotive (productie)
van hool	automotive (productie)
van marcke	retail (textiel, meubelen,...)
vandemoortele	voeding
vanden borre	retail (textiel, meubelen,...)
veolia	bouw & installatie
volvo car corporation	automotive (productie)
volvo group belgium (trucks & parts)	automotive (productie)
vrt	media
westvlees	voeding
wienerberger	niet-metaal
zara	retail (textiel, meubelen,...)
zeeman	retail (textiel, meubelen,...)

---

## publieke sector

---

actiris

---

aquafin

---

de politie

---

de regie der gebouwen

---

de watergroep (vmw)

---

defensie

---

favv (federaal agentschap voor de veiligheid van de voedselketen)

---

fod binnenlandse zaken

---

fod buitenlandse zaken

---

fod economie, kmo, middenstand en energie

---

fod financiën

---

fod justitie

---

fod mobiliteit en vervoer

---

fod personeel en organisatie

---

fod sociale zekerheid

---

fod volksgezondheid, veiligheid van de voedselketen en leefmilieu

---

fod werkgelegenheid, arbeid en sociaal overleg

---

forem

---

fédération wallonie-bruxelles

---

kind & gezin

---

o.n.e. (office de la naissance et de l'enfance)

---

riziv

---

rsz (rijksdienst voor sociale zekerheid)

---

rva (rijksdienst voor arbeidvoorziening)

---

rvp (rijksdienst voor pensioenen)

---

swde (société wallonne des eaux)

---

vdab

---

vivaqua

---

vlaamse overheid

---

vmm (vlaamse milieumaatschappij)

---

waalse overheid

---



randstad.be



randstad  
research