Uitvoeringsorganisatie
Bedrijfsvoering Rijk
Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties

Doelgroeponderzoek

Survey Informatieprofessionals

November 2021
UBR|P Arbeidsmarkt

Scope en onderzoek

In opdracht van het programma *Rijksbrede aanpak versterking capaciteit informatiehuishouding* heeft UBR|P Arbeidsmarkt een onderzoek uitgevoerd naar de behoeften van de doelgroep Informatieprofessionals in werk.

De doelgroep is gedefinieerd als Informatieprofessionals en onderverdeeld in 2 groepen. Een groep die werkt bij de Rijksoverheid en een groep die niet werkt bij de Rijksoverheid

De doelgroep is onderzocht middels een online enquête onder 237 interne en 319 externe respondenten

Beleidsdoel

De Rijksoverheid heeft zichzelf in het programma Open op orde tot doel gesteld om voldoende en goed opgeleide professionals beschikbaar te hebben voor het inrichten en uitvoeren van informatiebeheer. Hiertoe dient, in een zeer schaarse arbeidsmarkt, een effectieve wervingsaanpak te worden ontwikkeld

Onderzoeksdoel

Het programma *Rijksbrede aanpak versterking capaciteit informatiehuishouding* wil, om het beleidsdoel te kunnen verwezenlijken, inzicht vergaren in de doelgroep Informatieprofessionals met betrekking tot:

- De behoeften in en voorkeuren voor een werkgever en werk
- De interesse in en associaties met de Rijksoverheid (en Rijksorganisaties) als werkgever
- De voorkeuren in hun vakgebied
- De oriëntatiebronnen in het vinden van werk

Team UBR|P Arbeidsmarkt
Jeroen Moerenhout

Inhoud

Respondenten
Hoe ziet de doelgroep eruit die de survey heeft beantwoord?

Werkgever- en baanvoorkeuren
Welke voorkeuren heeft de doelgroep met betrekking tot een werkgever en werk?

Rijksoverheid als werkgever
Hoe percipieert de doelgroep de Rijksoverheid als (potentieel) werkgever?

Vakgebied
Hoe percipieert de doelgroep het vakgebied en welke voorkeuren heeft zij hierin?

Oriëntatie
Hoe en waar oriënteert de doelgroep zich op werk?

Conclusies & Aanbevelingen

KENMERKEN RESPONDENTEN

Respondenten

Functie

Welke functie bekleedt de respondent momenteel?

Meest genoemd onder interne respondenten	
1. Adviseur Informatiemanagement/Informatiebeheer/DIV/Recordsmanagement/I-	20%
2. DIV medewerker	14%
3. Informatie Analist/Specialist/Beheerder/Medewerker/Architect	12%
4. Medewerker Ondersteunend en Dienstverlenend	10%
5. Project/Programma Manager	9%
6. I-Trainee	7%
7. Adviseur Beleid/Bedrijfsvoering	5%
8. Coördinator/Teamleider	3%

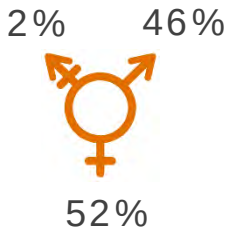
Meest genoemd onder externe respondenten	
1. Informatie Analist/Specialist/Beheerder/Manager	25%
2. Adviseur Informatiemanagement/Archivering/Records Management/Documentatie	17%
3. Recordsmanager/DIV medewerker/Documentalist	9%
4. Data Analist/Specialist/Manager/Scientist	4%
5. I-Adviseur/Coach	3%
6. Project/Programma Manager	3%

Toelichting

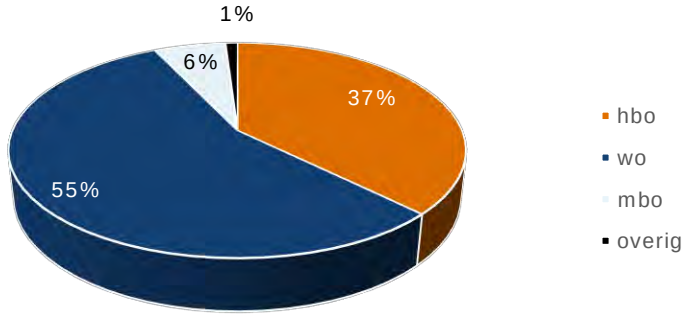
- 62% van de interne respondenten (n=146) en 56% van de externe respondenten (n=180) heeft deze vraag beantwoord.
- 7% daarvan (n=11) is gefilterd, aangezien zij geen relevante functie binnen Informatiehuishouding hadden.
- Er zit tussen de respondenten een enorme diversiteit aan functies en vakgebieden, wat ook de uitdaging laat zien in het definiëren en segmenteren van deze doelgroep
- De grootste groep die de survey heeft ingevuld noemt zichzelf een Adviseur.
- De woorden Adviseur, Informatie en DIV werden in het algemeen het meest genoemd in de antwoorden.

Respondenten intern

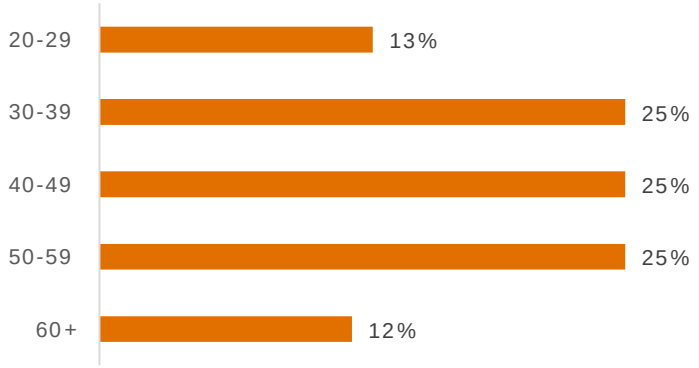
Gender
Wat is de genderverhouding van de respondenten?



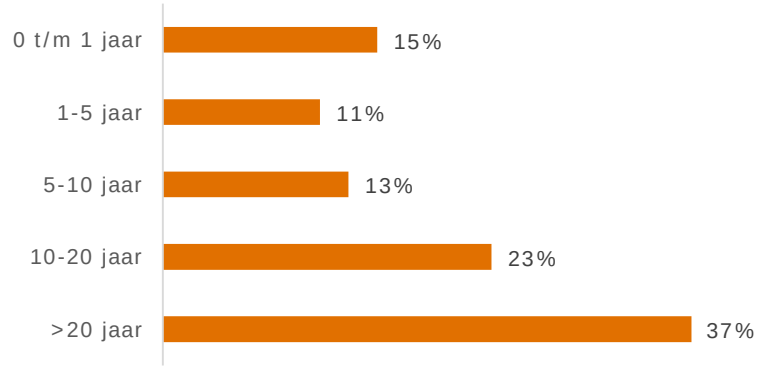
Opleidingsniveau
Welk opleidingsniveau heeft de doelgroep?



Leeftijd
Wat is de verhouding in leeftijd van de respondenten?



Ervaringsjaren
Hoeveel relevante werkervaring heeft de respondent?



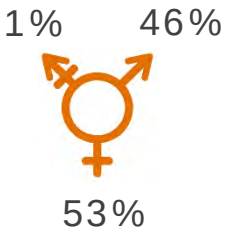
Toelichting

- 100% van de doelgroep (n=237) heeft deze meerkeuzevragen beantwoord, waarbij 1 antwoord mogelijk was.
- Het aantal mannelijke respondenten is iets groter dan het aantal vrouwen, maar in verhouding ligt het dicht bij elkaar. Ook dit duidt de verscheidenheid binnen het vakgebied, waarvan respondenten werken binnen vakgebieden als IT, Beleid, Communicatie, Advies, (Project) Management, Analyse en Dienstverlening.
- Het gros van de interne respondenten heeft meer dan 20 jaar werkervaring en is over het algemeen dus zeer senior.
- Meer dan de helft van de interne respondenten heeft een wo opleiding, gevolgd door iets meer dan een derde die een hbo opleiding als achtergrond heeft.
- Het aantal respondenten met een mbo opleiding is erg laag.
- Voor wat betreft leeftijd is het gros van het aantal respondenten (75%) tussen de 30 en 60 jaar.

Respondenten extern

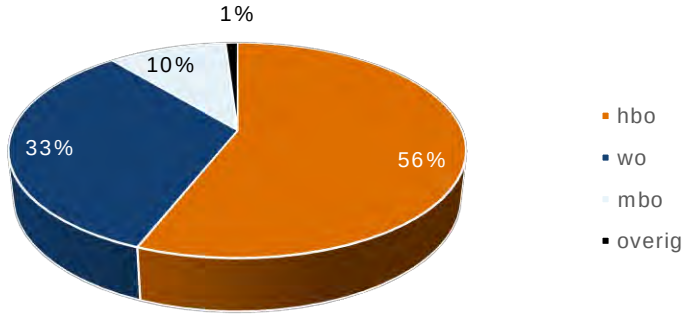
Geslacht

Wat is de genderverhouding van de respondenten?



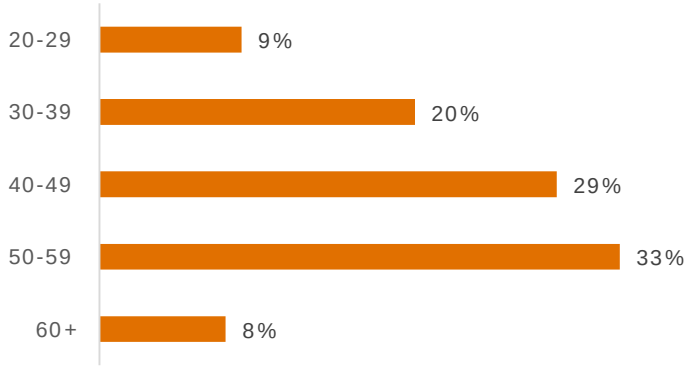
Opleidingsniveau

Welk opleidingsniveau heeft de doelgroep?



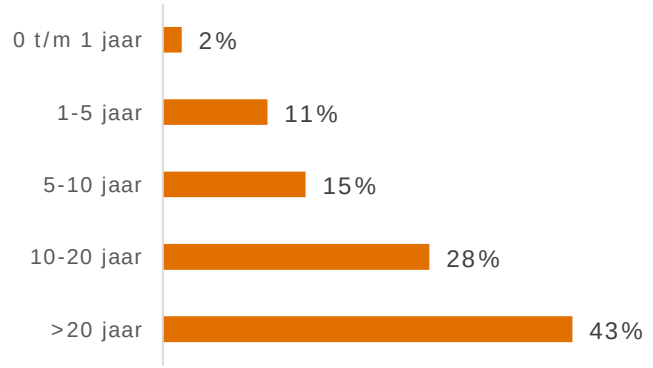
Leeftijd

Wat is de verhouding in leeftijd van de respondenten?



Ervaringsjaren

Hoeveel relevante werkervaring heeft de respondent?



UBR | voor een ambitieuze overheid

Toelichting

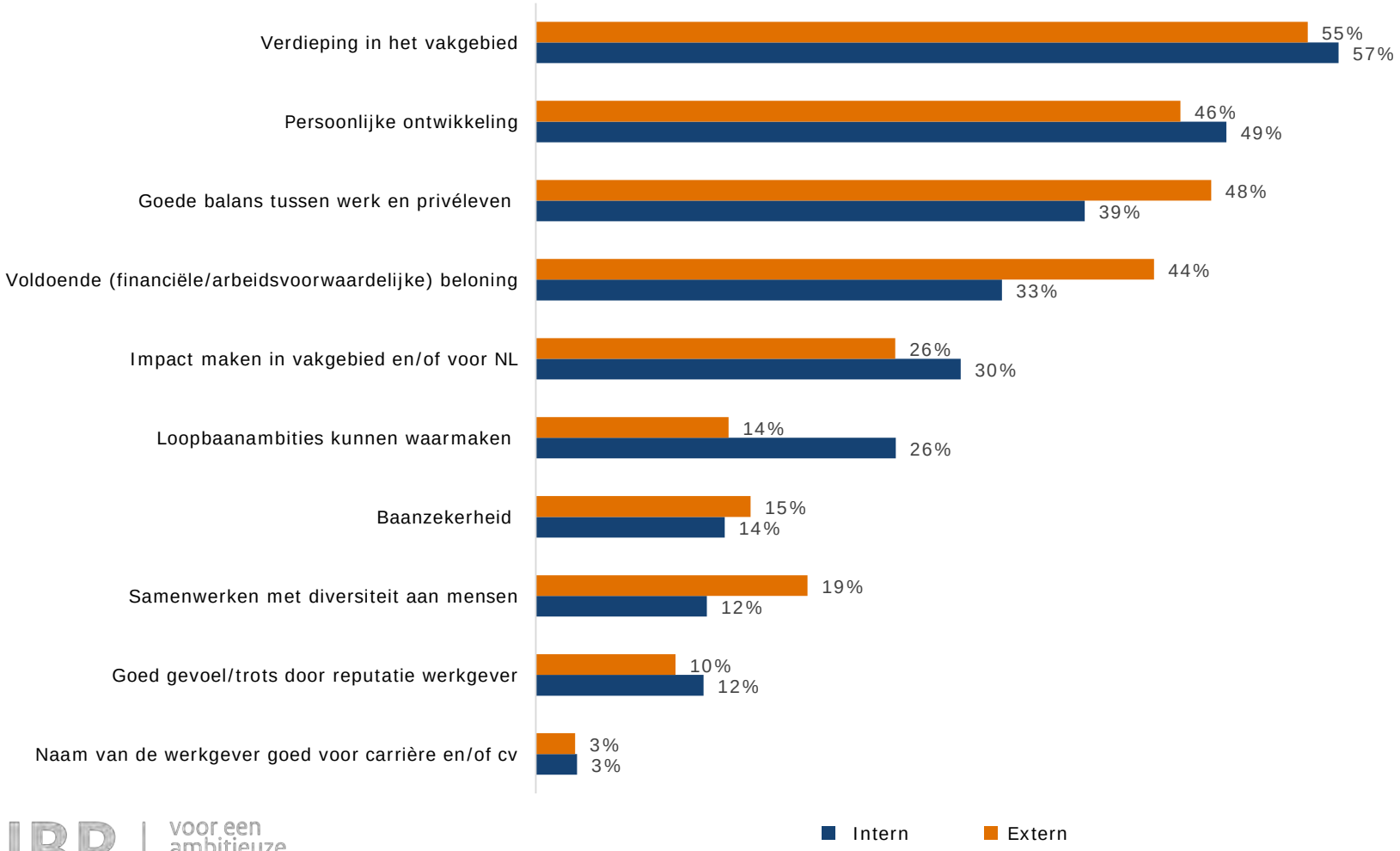
- 100% van de doelgroep (n=319) heeft deze meerkeuzevragen beantwoord, waarbij 1 antwoord mogelijk was.
- Ook buiten de Rijksoverheid hebben relatief veel vrouwen deze survey ingevuld. De verhouding ligt vrijwel gelijk aan die van de interne respondenten.
- 41% van de externe respondenten is 50 jaar of ouder en 43% heeft meer dan 20 jaar ervaring. De externe groep respondenten is over het algemeen dus zeer senior.
- 9 op de 10 externe respondenten heeft een hbo of wo opleiding gevolgd. In tegenstelling tot de interne respondenten is het aantal hbo’ers groter dan het aantal wo’ ers.
- Het aantal respondenten met een mbo opleiding is iets hoger dan onder de interne respondenten, maar ook hier in verhouding laag (1 op de 9).

VOORKEUREN WERKGEVER EN WERK

Werkgever en werk algemeen

1. Voorkeur voor werkgever

Wat vindt de doelgroep in het algemeen belangrijk in een werkgever?



UBR | voor een ambitieuze overheid

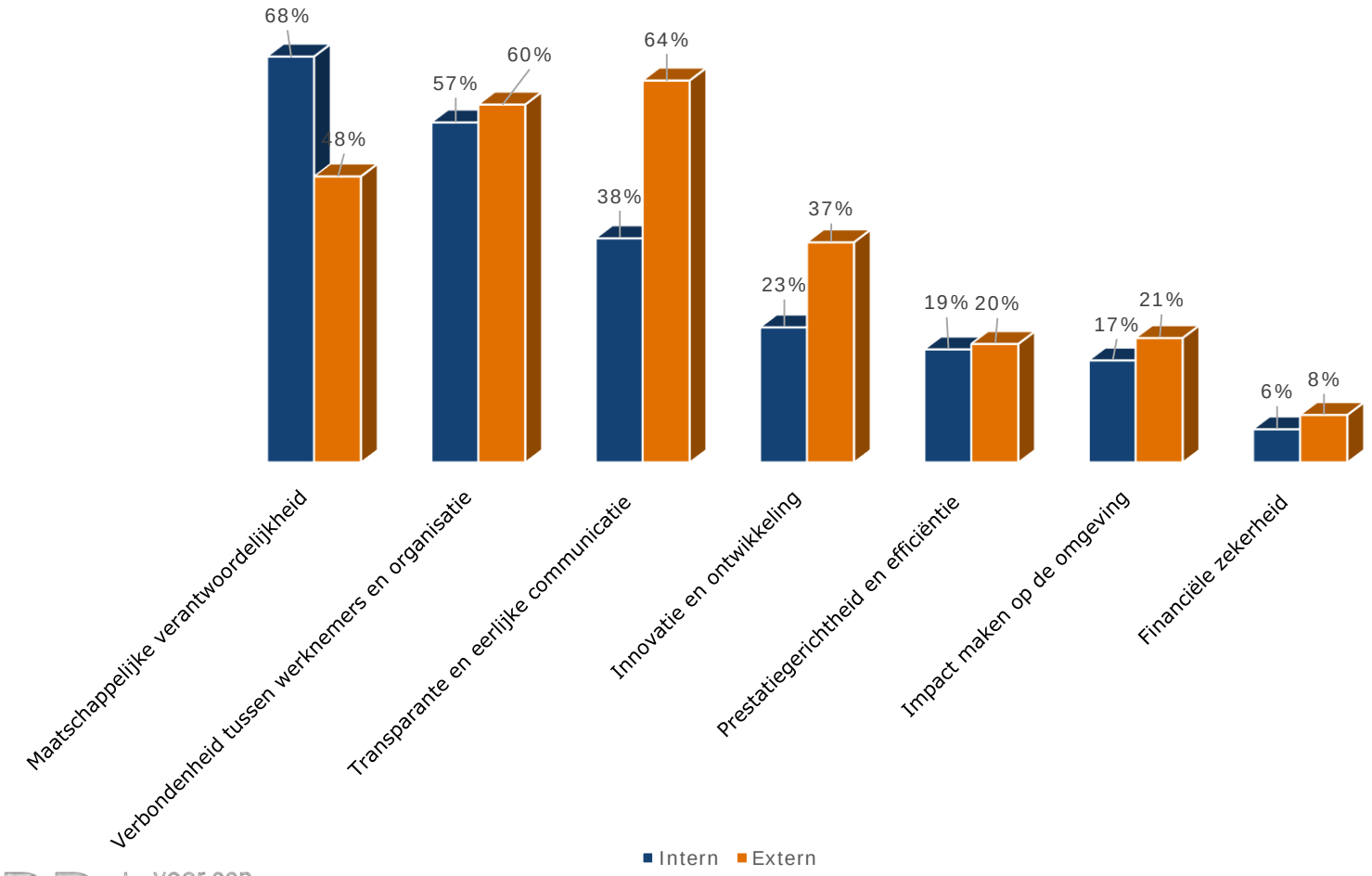
Toelichting

- 100% van zowel de interne (n=237) als externe doelgroep (n=319) heeft deze meerkeuzevraag beantwoord, waarbij meerdere antwoorden mogelijk waren.
- De doelgroep vindt verdieping in het vakgebied, persoonlijke ontwikkeling en een goede balans tussen werk en privéleven het belangrijkst in een werkgever.
- Voor externe respondenten geldt dat zij (aanzienlijk meer dan interne respondenten) veel waarde hechten aan de financiële beloning.
- Voor interne respondenten geldt daarentegen dat zij aanzienlijk meer waarde hechten aan een goede balans in werk en privéleven.
- De doelgroep hecht wel veel waarde aan persoonlijke ontwikkeling, maar koppelt dat niet direct aan loopbaanambities. Dit geldt vooral voor externe respondenten.

Werkgever en werk algemeen

2. Voorkeur cultuur

Welke cultuurwaarden spreekt de doelgroep het meest aan bij een werkgever?



UBR | voor een ambitieuze overheid

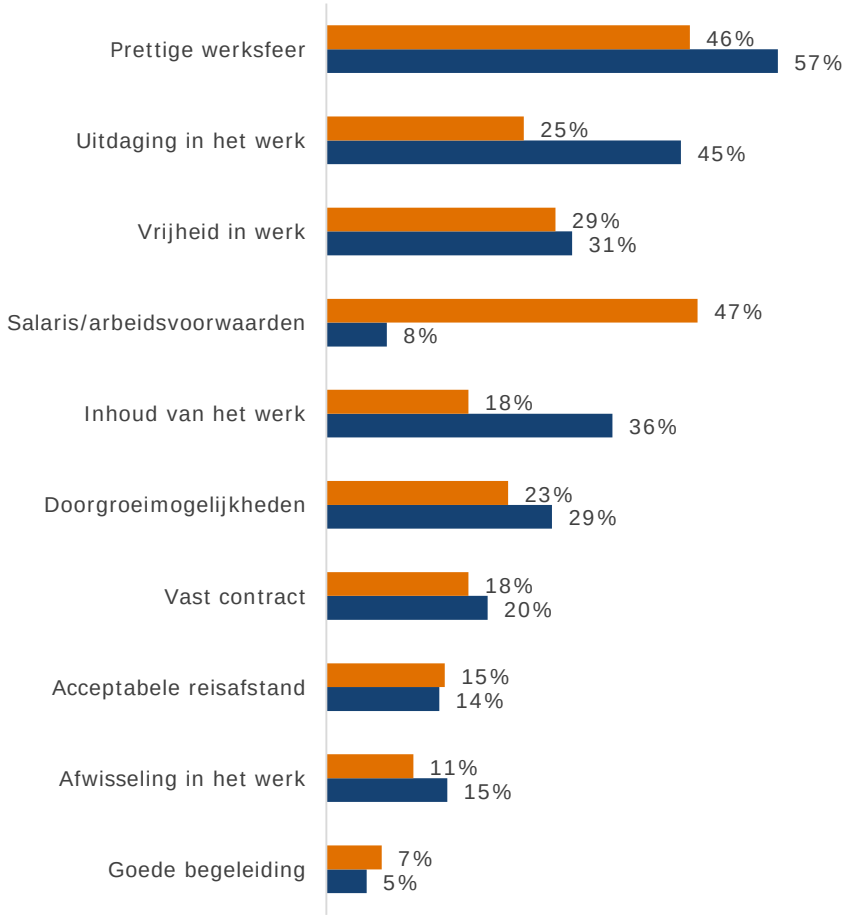
Toelichting

- 91% van de interne (n=215) en 100% van externe doelgroep (n=318) heeft deze meerkeuzevraag beantwoord, waarbij meerdere antwoorden mogelijk waren.
- De belangrijkste cultuurwaarde voor deze doelgroep (interne en externe respondenten opgeteld) is maatschappelijke verantwoordelijkheid/dienstbaarheid, gevolgd door verbondenheid tussen werknemers en organisaties.
- Voor de interne doelgroep afzonderlijk is maatschappelijke verantwoordelijkheid en dienstbaarheid de belangrijkste cultuurwaarde, voor de externe doelgroep is dit transparante en eerlijke communicatie.
- Innovatie, Prestatiegerichtheid, Impact maken en Financiële zekerheid zijn minder belangrijke cultuurwaarden voor de doelgroep.

Werkgever en werk algemeen

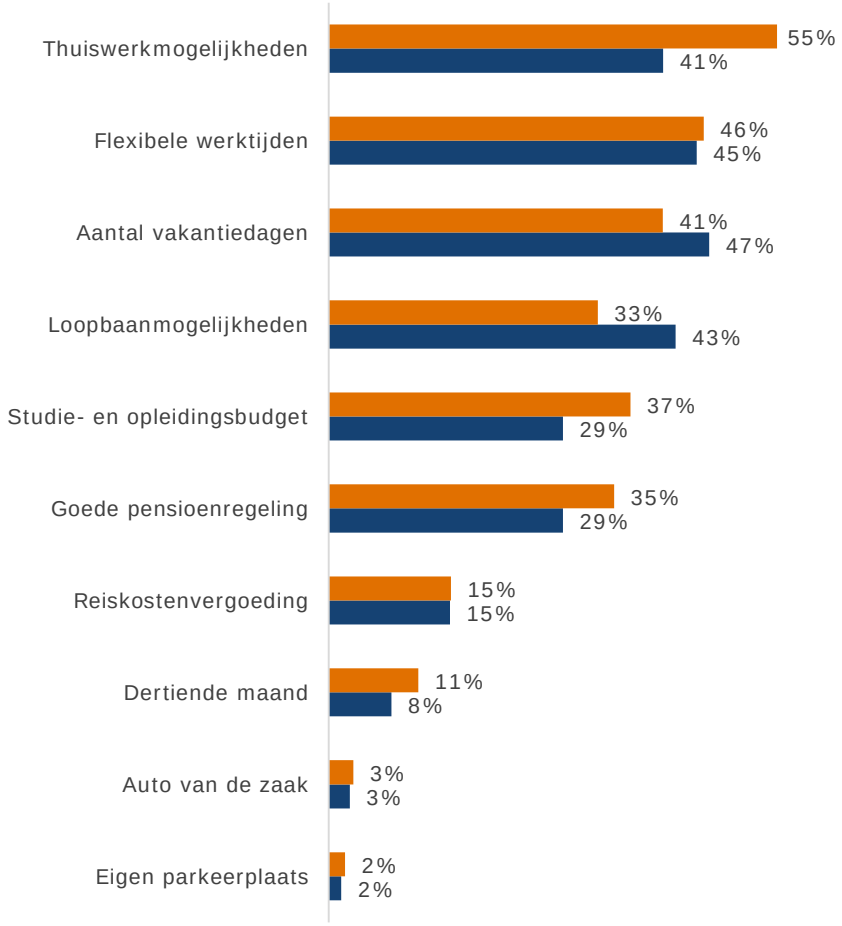
3. Voorkeuren in een baan

Wat vindt de doelgroep belangrijk in een baan?



4. Voorkeuren arbeidsvoorwaarden

Wat vindt de doelgroep belangrijk in arbeidsvoorwaarden?



Intern Extern

UBR | voor een ambitieuze overheid

Toelichting

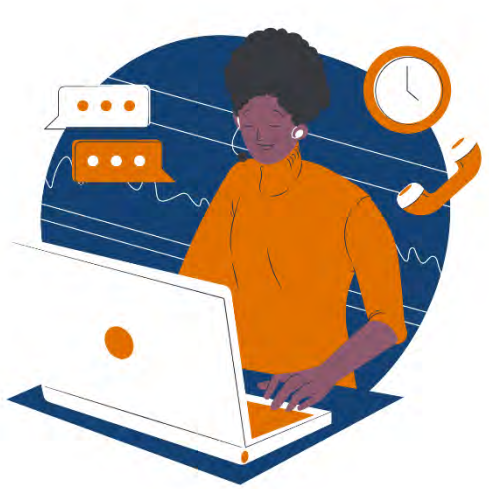
- 83% van de interne (n=196) en 75% van de externe doelgroep (n=239) heeft meerkeuzevraag 3 beantwoord, waarbij meerdere antwoorden mogelijk waren.
- De doelgroep vind een prettige werksfeer het belangrijkst in een baan, gevolgd door voldoende uitdaging. Voor de interne doelgroep geldt dit overigens een stuk meer dan voor de externe doelgroep.
- Opvallend is dat voor sec de externe doelgroep het salaris en arbeidsvoorwaarden het belangrijkst wordt geacht, waar dit voor de interne doelgroep bijna het minst belangrijk is.
- Flexibiliteit (thuiswerkmogelijkheden, werktijden, etc.) en vrijheid (vakantiedagen) zijn de belangrijkste elementen in arbeidsvoorwaarden voor alle respondenten.

Werkgever en werk algemeen

5. Frustraties in het werk

Welke frustraties ervaart de doelgroep het meest in haar huidige baan?

Intern	
1. Werkdruk	33%
2. Bureaucratie	28%
3. Onderwaardering	28%
4. Geen doorgroeimogelijkheden	20%
5. Onderbeloning	17%
6. Geen uitdaging	14%
7. Onprettige werksfeer	4%
8. Weinig flexibiliteit	3%



Extern	
1. Onderwaardering	34%
2. Geen doorgroeimogelijkheden	27%
3. Bureaucratie	23%
4. Onderbeloning	22%
5. Werkdruk	22%
6. Geen uitdaging	21%
7. Onprettige werksfeer	16%
8. Weinig flexibiliteit	9%

Toelichting

- 82% van de interne (n=195) en 75% van de externe doelgroep (n=238) heeft deze meerkeuzevraag beantwoord, waarbij meerdere antwoorden mogelijk waren.
- Binnen de Rijksoverheid ervaart de doelgroep een te hoge werkdruk als grootste frustratie in werken, daarna bureaucratie.
- Externe respondenten ervaren onderwaardering en gebrek aan doorgroeimogelijkheden als grootste frustraties.
- Werkdruk en bureaucratie staan, in tegenstelling tot de interne respondenten, lager in de ranking bij externe respondenten. Dit zijn blijkbaar 2 frustraties die vooral binnen de Rijksoverheid worden ervaren.
- Overall gezien is onderwaardering de meest genoemde frustratie onder zowel de interne als externe respondenten.

Werkgever en werk algemeen

6. Waarom bij werkgever blijven

Welke aspecten stimuleren de externe doelgroep om bij haar werkgever te blijven werken?

7. Waarom werkgever verlaten

Welke aspecten doen de externe doelgroep overwegen om voor een andere werkgever te kiezen?

Toelichting

- 60% van de externe doelgroep (n=190) heeft deze open vragen beantwoord.
- Onder externe respondenten zijn werksfeer en collega's de meest genoemde antwoorden op de vraag waarom ze bij hun werkgever willen blijven. Dit past in het beeld dat de de doelgroep werksfeer het meest belangrijk vind in een baan (vraag 3).
- Ook flexibiliteit, maatschappelijke impact, vrijheid en reistijd worden veel genoemd als factoren die de externe doelgroep stimuleert om bij haar huidige werkgever te blijven.
- Te weinig loopbaanmogelijkheden en persoonlijke ontwikkeling, te weinig uitdaging, te weinig inhoud in het werk en onderbeloning worden genoemd als factoren die de externe doelgroep kan doen overwegen om een andere werkgever te zoeken.
- Ook onderwaardering wordt meerdere keren genoemd, wat past bij de antwoorden gegeven op vraag 5, waarbij onderwaardering de meest genoemde frustratie onder zowel de interne als externe respondenten is.

VOORKEUR EN ASSOCIATIE RIJKSOVERHEID

Rijksoverheid als werkgever

8. Associatie met de Rijksoverheid

Wat vindt de doelgroep in het algemeen belangrijk in een werkgever en in hoeverre associëren ze die elementen met de Rijksoverheid?

Interne respondenten

Externe respondenten

UBR | voor een ambitieuze overheid

Belangrijk in werkgever algemeen

Associatie met de Rijksoverheid

Toelichting

- 99% van de interne (n=235) en 78% van de externe respondenten (n=250) heeft deze meerkeuzevraag beantwoord, waarbij meerdere antwoorden mogelijk waren.
- Zowel interne als externe respondenten associëren verdieping in hun vakgebied het meest met de Rijksoverheid en vinden dit tevens het meest belangrijk in een werkgever.
- Ook een goede balans tussen werk en privéleven wordt door zowel interne als externe respondenten sterk geassocieerd met de Rijksoverheid en belangrijk geacht.
- Persoonlijke ontwikkeling wordt eveneens belangrijk gevonden, maar door zowel interne als externe respondenten minder geassocieerd met de Rijksoverheid
- Baanzekerheid wordt ook veel geassocieerd met de Rijksoverheid, maar is geen echte drijfveer voor zowel interne als externe respondenten
- Voldoende financiële en arbeidsvoorwaardelijke beloning vindt de externe doelgroep belangrijk in een werkgever, maar associeert men maar weinig met de Rijksoverheid.

Rijksoverheid als werkgever

9. Interne associatie met de Rijksoverheid

Wat vinden rijksmederwerkers in het algemeen belangrijk in een baan en in hoeverre associëren ze die elementen met hun werkgever, de Rijksoverheid?

UBR | voor een ambitieuze overheid

Belangrijk in werkgever algemeen

Associatie met Rijksoverheid

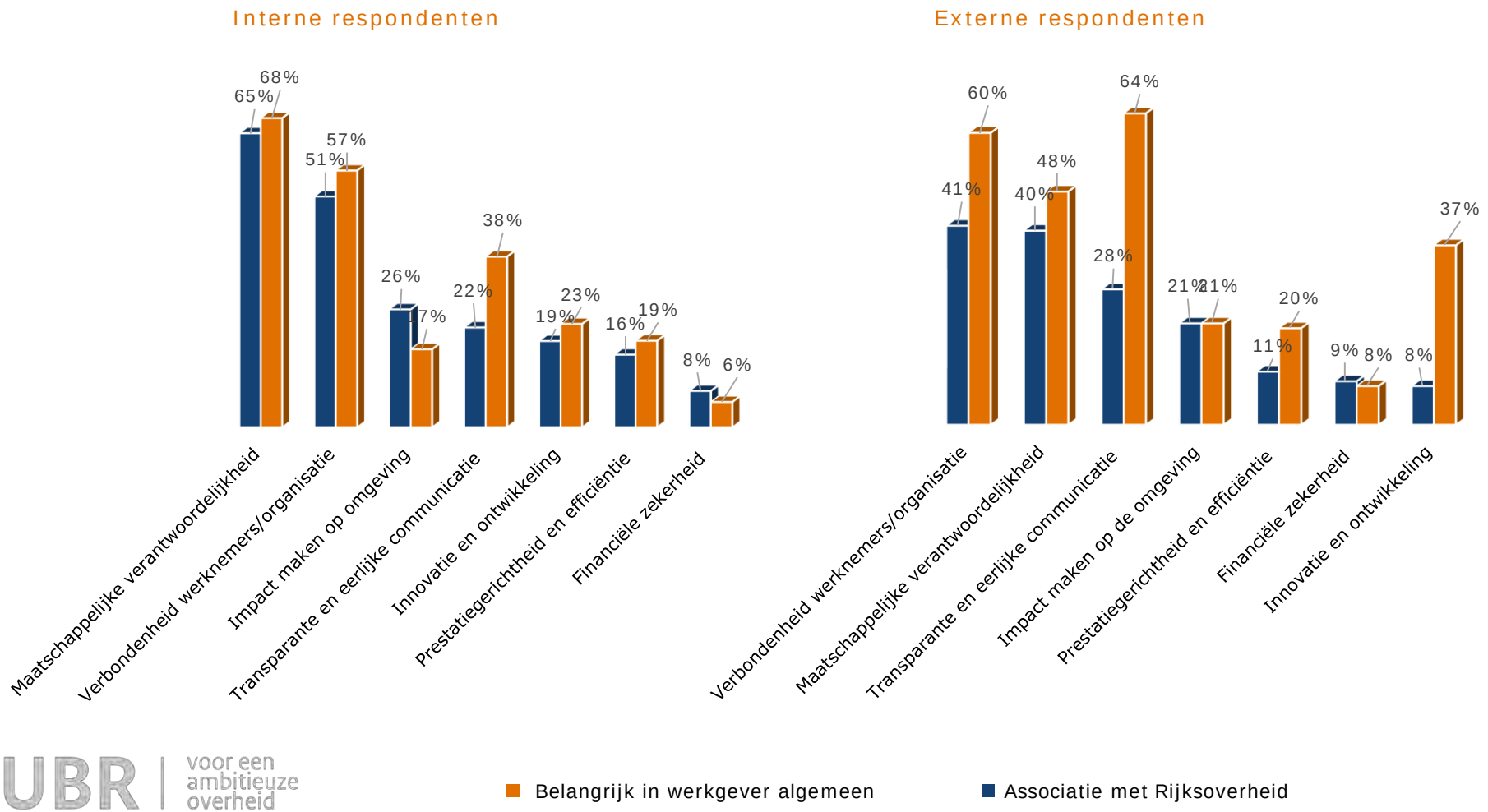
Toelichting

- 81% van de interne doelgroep (n=193) heeft deze meerkeuzevraag beantwoord, waarbij meerdere antwoorden mogelijk waren.
- Rijksmedewerkers associëren een prettige werksfeer het meest met de Rijksoverheid en vind dit ook het meest belangrijkst in een baan.
- Ook de inhoud van het werk wordt door meer dan een derde van de rijksmedewerkers geassocieerd met de Rijksoverheid en als belangrijk ervaren.
- Uitdaging in het werk associëren rijksmedewerkers maar weinig met hun werkgever, terwijl zij dit wel zeer belangrijk vinden.
- Salaris en arbeidsvoorwaarden associeert een derde van de rijksmedewerkers met de Rijksoverheid, maar vindt men beduidend minder belangrijk

Rijksoverheid als werkgever

10. Associatie met werkgever Rijksoverheid

Welke cultuurwaarden associeert de doelgroep het meest met de cultuur bij de Rijksoverheid?



UBR | voor een ambitieuze overheid

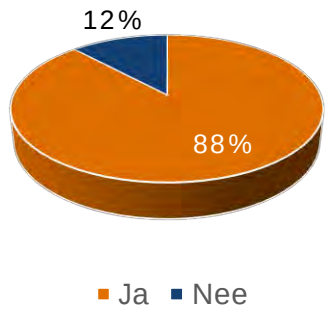
Toelichting

- 88% van de interne (n=208) en 78% van de externe respondenten (n=250) heeft deze meerkeuzevraag beantwoord, waarbij meerdere antwoorden mogelijk waren.
- De cultuurwaarde die het meest geassocieerd wordt met de Rijksoverheid verschilt tussen de interne en externe respondenten.
- Interne respondenten associëren Dienstbaarheid en Maatschappelijke verantwoordelijkheid het meest met de Rijksoverheid en vinden dit ook het meest belangrijk. Evoor externe respondenten geldt dit iets minder.
- Voor externe respondenten vormt cultuurwaarde Verbondenheid tussen werknemers en organisatie de sterkste associatie met de Rijksoverheid, waar dat voor interne respondenten op de tweede plaats staat. Beide doelgroepen vinden dit in 6 op de 10 respondenten ook heel belangrijk.
- Er is geen sterke associatie is met de cultuurwaarde Innovatie en Ontwikkeling. Dit geldt vooral voor externe respondenten. Dit terwijl, in tegenstelling tot interne respondenten, 4 op de 10 van hun aangeeft het wel belangrijk te vinden bij een werkgever.

Rijksoverheid als werkgever

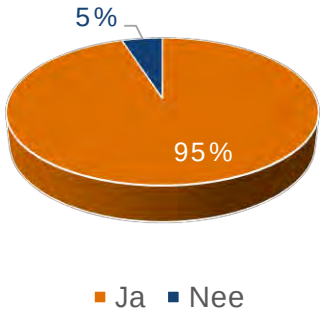
11. Voorkeur voor Rijksoverheid

Overweegt de externe doelgroep te kiezen voor de Rijksoverheid als werkgever?



13. Aanbevelen van Rijksoverheid

Overweegt de interne doelgroep de Rijksoverheid aan te bevelen als werkgever?



12. Reden van niet overwegen

Waarom overweegt de externe doelgroep de Rijksoverheid niet als werkgever?

Toelichting

- 62% van de interne (n=146) en 68% van de externe doelgroep (n=216) heeft deze meerkeuzevraag/open vraag beantwoord.
- Het gros van de respondenten heeft een voorkeur voor de Rijksoverheid als werkgever en zou de Rijksoverheid aanbevelen binnen zijn of haar netwerk.
- De invloed van het huidige politieke klimaat en de COVID-19 crisis is goed merkbaar in de antwoorden waarom een klein gedeelte van de doelgroep de Rijksoverheid niet overweegt als werkgever. Men associeert de Rijksoverheid met te log, te bureaucratisch, te politiek en teveel focus op bestuur en beleid, in plaats van praktisch toepassingen en oplossingen ontwikkelen en uitvoeren.

Werkgever en werk algemeen

14. Waarom bij Rijksoverheid blijven

Welke aspecten stimuleren rijksmedewerkers om bij de Rijksoverheid te blijven werken?

15. Waarom Rijksoverheid verlaten

Welke aspecten stimuleren rijksmedewerkers om voor een andere werkgever te kiezen?

Toelichting

- 68% van de interne respondenten (n=162) heeft open vraag 14 beantwoord en 68% (n=160) open vraag 15.
- Opvallend is dat een gedeelte van de interne respondenten doorgroeimogelijkheden als een beperking zien, waar een ander gedeelte doorgroeimogelijkheden en persoonlijke ontwikkeling juist ziet als een reden om te blijven.
- Werksfeer en collega's zijn de meest genoemde redenen om bij de Rijksoverheid te blijven werken.
- Een gebrek aan uitdaging en een goede financiële beloning zijn de meest genoemde redeneren om te overwegen de Rijksoverheid te verlaten.

Werkgever en werk algemeen

16. Woordassociaties met Rijksoverheid

Welke woorden associëren rijksmedewerkers met de Rijksoverheid?

17. Verbeterkansen Rijksoverheid

Wat kan de Rijksoverheid volgens rijksmedewerkers doen om haar positie op de arbeidsmarkt te versterken?

Toelichting

- 66% van de interne respondenten (n=157) heeft open vraag 16 beantwoord en 62% (n=146) open vraag 17.
- Hoewel dit wat minder in andere antwoorden terugkomt associëren interne respondenten de Rijksoverheid het meeste met maatschappelijke impact maken en uitdagend werk. Ook zekerheid, sociaal, divers en flexibel worden meerdere keren genoemd.
- Beloning, waardering, innovatie en bureacratie zijn de elementen die het meest worden gezien als verbeterpunten voor de Rijksoverheid.

VOORKEUREN VAKGEBIED

Vakgebied

18. Trends Informatiehuishouding

Welke aspecten van en trends in het vakgebied Informatiemanagement spreken de doelgroep het meeste aan?

UBR | voor een ambitieuze overheid

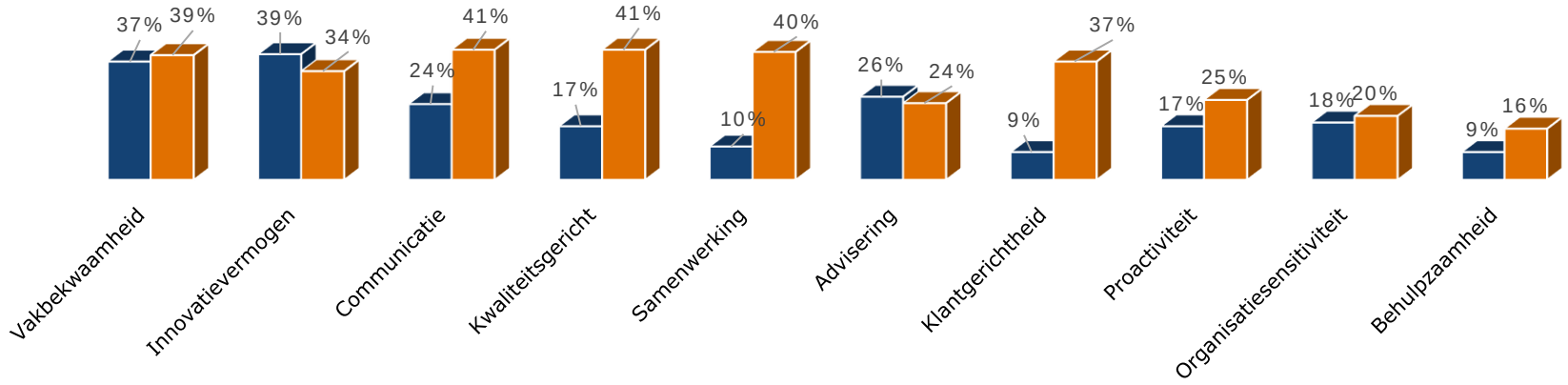
Toelichting

- 74% van de interne (n=176) en 64% van de externe doelgroep (n=204) heeft deze meerkeuzevraag beantwoord, waarbij meerdere antwoorden mogelijk waren.
- Het verbeteren van digitale dienstverlening wordt door de doelgroep gezien als de meest aansprekende trend in Informatiemanagement, gevolgd door Verbetering bedrijfsvoering door betere informatiehuishouding en Informatie duurzaam toegankelijk maken.
- De term digitale transitie spreekt vooral de interne respondenten niet tot weinig aan, dit geldt ook voor het overplaatsen van archieven naar het Nationaal Archief.

Vakgebied

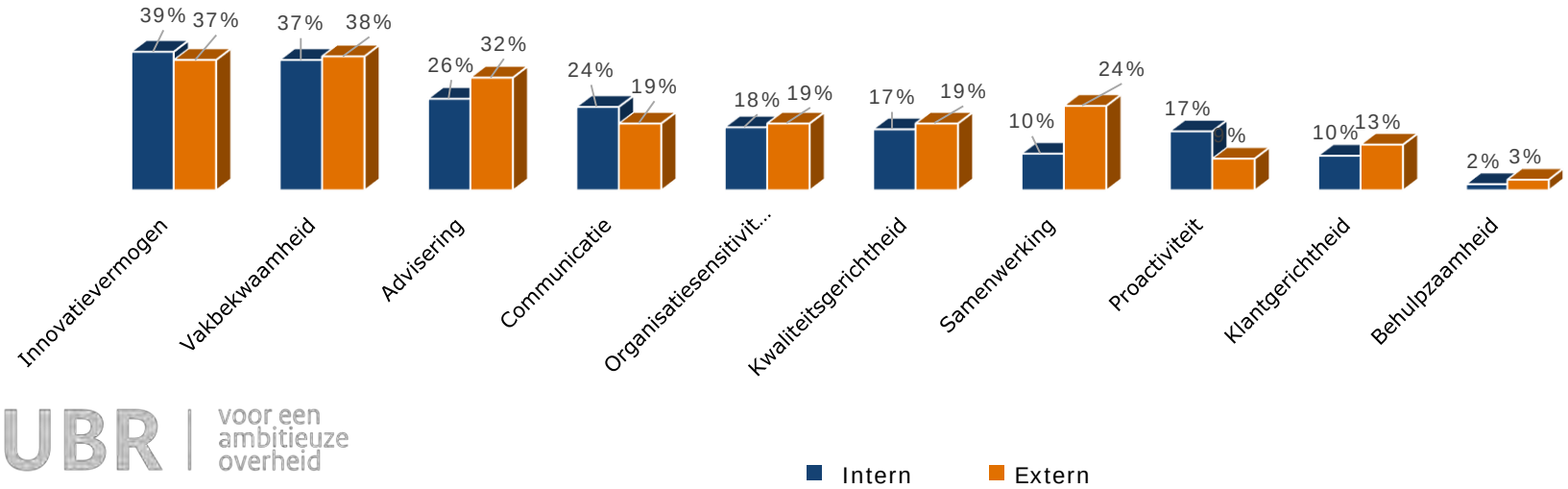
19. Belangrijkste competenties

Wat zijn of worden volgens de doelgroep de belangrijkste competenties in Informatiemanagement?



20. Competenties ontwikkelen

Welke van de genoemde competenties zou de doelgroep het liefst willen ontwikkelen?



UBR | voor een ambitieuze overheid

Toelichting

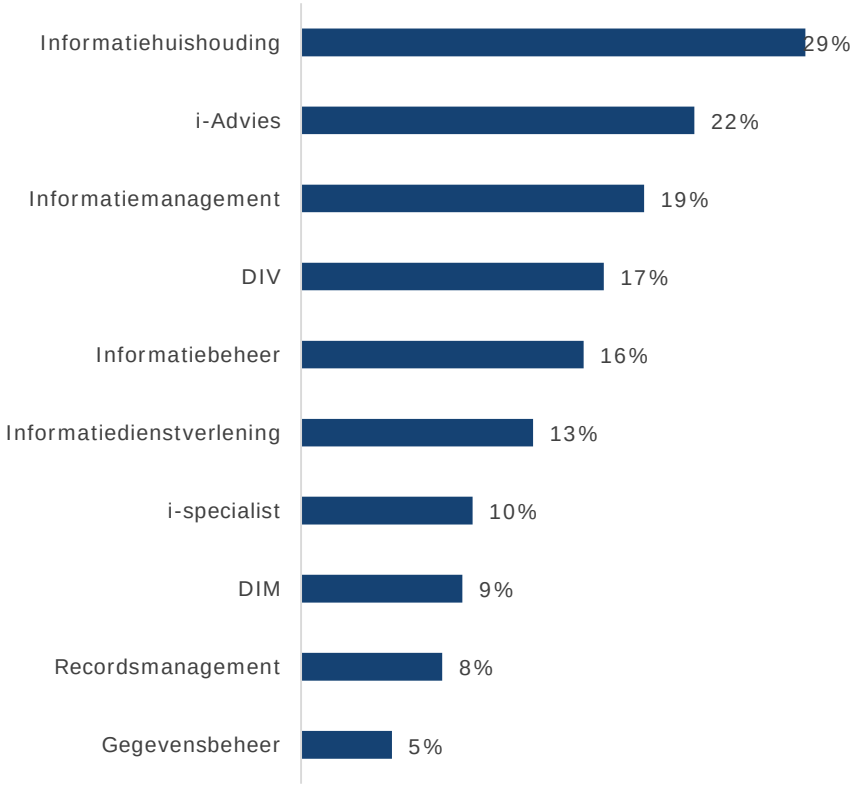
- 73% van de interne (n=173) en 64% van de externe doelgroep (n=204) heeft deze meerkeuzevraag beantwoord, waarbij meerdere antwoorden mogelijk waren.
- Vakbekwaamheid en Innovatievermogen worden door doelgroep gezien als belangrijkste compententies in het vakgebied. Tevens zijn dit de competenties waar de doelgroep zich het liefst ook in wil ontwikkelen
- Externe respondenten zien Communicatie, Kwaliteitsgerichtheid en Samenwerking ook als belangrijke competenties, maar dit wordt door interne respondenten veel minder onderkend.
- Advisering wordt door de doelgroep gezien als een competentie die men graag zou willen ontwikkelen, alhoewel dat in mindere mate wordt genoemd als belangrijke competentie.

Vakgebied

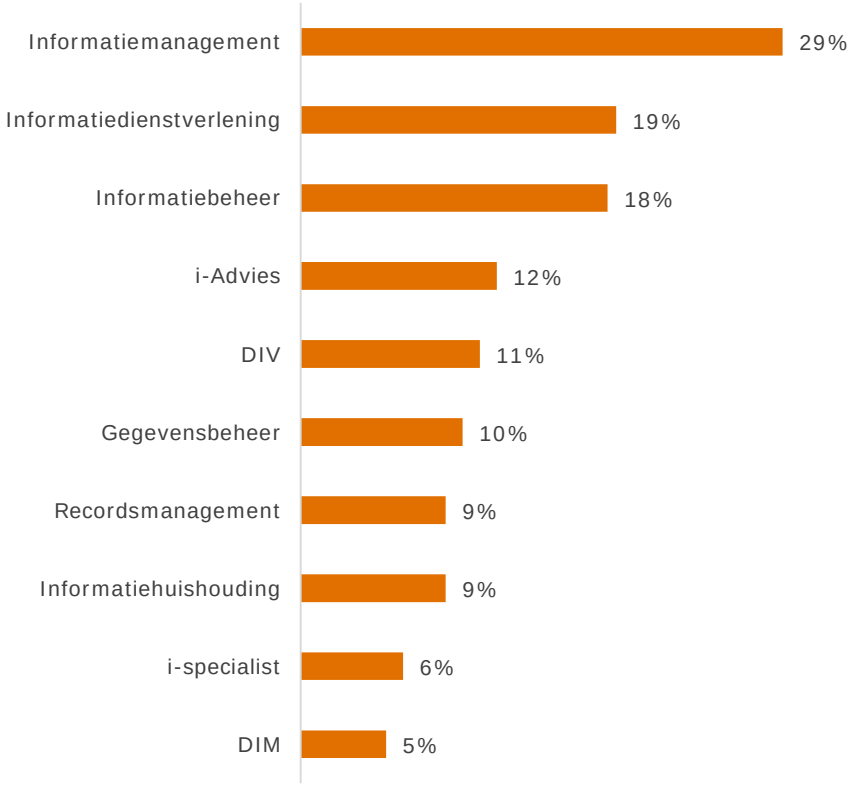
21. Term vakgebied

Welke term beschrijft volgens de doelgroep het beste haar werk?

Interne respondenten



Externe respondenten



UBR | voor een ambitieuze overheid

Toelichting

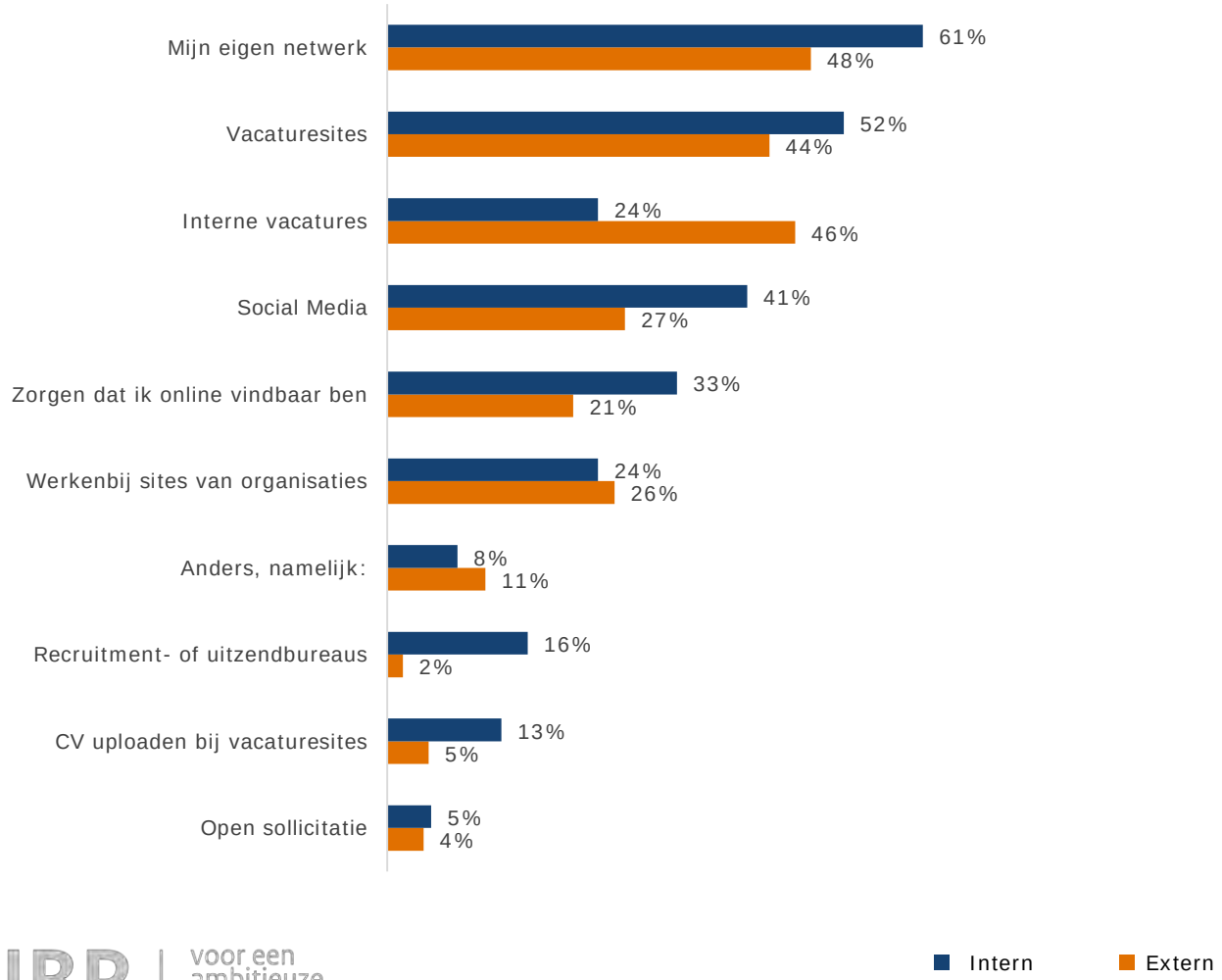
- 74% van de interne (n=175) en 61% van de externe doelgroep (n=195) heeft deze meerkeuzevraag beantwoord, waarbij meerdere antwoorden mogelijk waren.
- De voorkeur voor de term die het werk het beste omschrijft verschilt nogal. Informatiemanagement wordt het meest genoemd onder externe respondenten, op afstand gevolgd door Informatie dienstverlening en Informatiebeheer.
- Interne respondenten voelen zich vooral aangesproken tot termen die vooral intern binnen de Rijksoverheid worden gebruikt als Informatiehuishouding en i-Advies. De externe doelgroep voelt zich hier overduidelijk minder door aangetrokken.
- Informatiemanagement lijkt (interne en externe respondenten opgeteld) de meest logische naam voor het vakgebied.
- 20% procent van de externe en 12% van de interne doelgroep had een andere naam in gedachte, die voornamelijk betrekking had op de daadwerkelijke functie die ze momenteel bekleden. De antwoorden waren te divers en specialistisch om mee te nemen in de analyse.

ORIËNTATIE OP WERK

Oriëntatie

22. Oriëntatie op nieuwe baan

Hoe oriënteert de doelgroep zich op een nieuwe baan?



UBR | voor een ambitieuze overheid

Toelichting

- 72% van de interne (n=170) en 61% van de externe doelgroep (n=193) heeft deze meerkeuzevraag beantwoord, waarbij meerdere antwoorden mogelijk waren.
- Het eigen netwerk en vacaturesites zijn voor de doelgroep de belangrijkste oriëntatiebronnen voor ander werk
- Opvallend is dat interne vacatures voor externe respondenten ook een belangrijke bron zijn voor oriëntatie op ander werk (bijna de helft), maar dati dit voor interne respondenten een stuk minder geldt (nog geen kwart). Echter oriënteert de doelgroep (zie volgende vraag) zich wel sterk op nieuw werk via vacaturesite WerkenvoorNederland, wat ook interne vacatures zijn.
- Social media geldt voor 4 op de 10 interne respondenten als belangrijke bron voor nieuw werk, maar voor externe respondenten is dat maar iets meer dan een kwart.

23. Vacaturesites

Via welke vacaturesites oriënteert de doelgroep zich in haar baanzoektocht?

Intern	
WerkenvoorNederland.nl	36%
LinkedIn	33%
Indeed	11%
WerkenbijdeOverheid.nl	9%
Geen	9%
Mobiliteitsbank	8%
Google	3%
Nationale Vacaturebank	3%
KIA	3%
Werkenbij sites	2%

Extern	
LinkedIn	44%
Indeed	21%
Werkenbij-sites	11%
WerkenbijdeOverheid.nl	10%
WerkenvoorNederland.nl	8%
Niet	6%
Nationale Vacaturebank	3%
Binnenlands bestuur	3%
Werkenbij gemeenten/provincies	2%
KIA	2%

Toelichting

- 42% van de interne (n=100) en 36% van de externe doelgroep (n=114) heeft deze meerkeuzevraag beantwoord, waarbij meerdere antwoorden mogelijk waren.
- Voor interne respondenten zijn WerkenvoorNederland en LinkedIn de meest gebruikte vacaturesites en in mindere mate Indeed.
- Voor externe respondenten is vooral LinkedIn de meest gebruikte vacaturesite en in mindere mate Indeed. WerkenvoorNederland.nl en WerkbijdeOverheid.nl worden door maar 1 op de 10 externe respondenten genoemd.

CONCLUSIES & AANBEVELINGEN

Conclusies

1. De doelgroep Informatieprofessionals vindt de volgende elementen het belangrijkst in een werkgever en een baan in het algemeen:
    1) De inhoud van het werk en de verdieping en persoonlijke ontwikkeling in hun vakgebied.
    2) Sociale- en cultuurfactoren als werksfeer, verbondenheid, transparante communicatie en dienstbaarheid richting de maatschappij
    3) Balans in werk en privéleven, waaronder flexibiliteit (thuiswerkmogelijkheden, werktijden, etc.) en vrijheid (vakantiedagen)

    Onderwaardering en een gebrek aan doorgroeimogelijkheden worden door de (externe) doelgroep als grootste frustraties gezien en zijn mogelijke kansgebieden voor de Rijksoverheid om zich als een aantrekkelijk werkgever in te profileren.

2. De Rijksoverheid wordt door vrijwel de gehele doelgroep overwogen als werkgever en/of aanbevolen als werkgever. Rijksmedewerkers hechten belang aan én herkennen de Rijksoverheid in:
    1) Verdieping in het vakgebied
    2) Een goede balans in werk en privéleven
    3) Een prettige werksfeer, fijne collega's, verbondenheid tussen organisatie en werknemers (betrokkenheid) en maatschappelijke verantwoordelijkheid

    Dit zijn tevens de elementen die de externe doelgroep associeert met de Rijksoverheid én belangrijk vindt in een werkgever. De Rijksoverheid kan deze elementen inzetten als een belofte naar de doelgroep.

    Negatieve herkenningspunten van Rijksmedewerkers zijn vooral het gebrek aan uitdaging, te lage beloning, teveel bureaucratie en een te hoge werkdruk. Negatieve associaties vanuit de externe doelgroep zijn vooral logheid, bureaucratie, hiërarchie, een gebrek aan transparantie en teveel focus op politiek en beleid in plaats van (praktisch) uitvoeren en oplossen.

3. De meest aansprekende trend in Informatiehuishouding is 1) het verbeteren van digitale dienstverlening, gevolgd door 2) Verbetering bedrijfsvoering door betere informatiehuishouding en 3) Informatie duurzaam toegankelijk maken.

    Vakbekwaamheid en Innovatievermogen worden door doelgroep gezien als belangrijkste competenties in het vakgebied. Tevens zijn dit de competenties waar de doelgroep zich het liefst in wil ontwikkelen. Externe respondenten zien Communicatie, Kwaliteitsgerichtheid en Samenwerking ook als belangrijke competenties, maar dit wordt door interne respondenten veel minder onderkend.

    Advisering wordt door de doelgroep gezien als een competentie die men graag zou willen ontwikkelen, alhoewel dat in mindere mate wordt genoemd als belangrijke competentie.

Conclusies

4. De meest genoemde aansprekende vakterm onder externe respondenten is 1) Informatiemanagement, op ruime afstand gevolgd door 2) Informatiedienstverlening en Informatiebeheer. Termen die vooral intern binnen de Rijksoverheid worden gebruikt, zoals als Informatiehuishouding en i-Advies, worden buiten de Rijksoverheid als minder aansprekend ervaren.

   De voorkeur voor een vakterm die het werk binnen Informatiehuishouding het beste omschrijft was niet enorm duidelijk. Het aantal genoemde functietitels onder zowel interne als externe respondenten is ook enorm divers. Dit toont de uitdaging in het segmenteren van deze doelgroep.

5. De doelgroep oriënteert zich in het algemeen vooral via 1) het eigen netwerk, 2) vacaturesites en 3) social media op ander werk. Voor externe respondenten geldt dat interne vacatures bij hun eigen werkgever ook een belangrijk bron zijn. Voor interne respondenten geldt dat een stuk minder, echter oriënteren zij zich wel het meest via de vacaturesite WerkenvoorNederland.nl.

   Onder externe respondenten is de bekendheid van WerkenvoorNederland.nl relatief laag, zeker vergeleken bij de interne respondenten.

   LinkedIn is veruit de meest gebruikte vacaturesite voor de doelgroep, op ruime afstand gevolgd door Indeed. Andere vacaturesites als werkenbij-sites, werkenbijdeoverheid.nl en mobiliteitsbank (alleen interne doelgroep) worden wel genoemd, maar erg weinig.

Aanbevelingen

Ontwikkel een arbeidsmarktcommunicatiestrategie die zich focust op de volgende pijlers:
1. Uitdaging, verdieping en persoonlijke ontwikkeling in het vakgebied
2. Oneindige mogelijkheden in het vinden van de juiste werk/privé balans (thuiswerken/vakantiedagen/werktijden/gezondheid & vitaliteit/autonomie, etc.)
3. Cultuurfactoren als werksfeer, interne verbondenheid, transparante communicatie en dienstbaarheid richting de maatschappij

Werk een belofte uit die vertelt dat werken bij de Rijksoverheid 1) verdieping in je vakgebied en een 2) gezonde balans in werk en privéleven betekent, waarbij je 3) sterk betrokken wordt bij een organisatie die haar maatschappelijke verantwoordelijkheid neemt.

Pas de vakterm Informatiemanagement breed toe, om het vakgebied te duiden op een manier die de doelgroep het meest aanspreekt.

Voorkom in (externe) communicatie woorden als Informatiehuishouding en I-adviseur of I-specialist. Dit zijn termen die intern herkend en erkend worden, maar extern een stuk minder.

Woorden als Informatie (analist/specialist/beheer/dienstverlening/architect, etc.) en Advies (Informatiemanagement/Archivering/Records Management/Documentatie, etc.) zijn woorden die de doelgroep veel gebruiken om het werk dat ze doen te duiden.

Vacatureteksten ontwikkelen waarin de volgende elementen centraal staan:
1. De inhoud van het werk en de uitdaging ervan
2. De werksfeer, collega's en een cultuur van betrokkenheid en transparantie
3. Een (waar mogelijk) concurrerend salaris en arbeidsvoorwaarden waaruit flexibiliteit (thuiswerkmogelijkheden, werktijden, etc.) en vrijheid (vakantiedagen) in de baan blijkt

Aanbevelingen

Zorg voor inhoudelijke content op de volgende thema's:

1. Verbeteren van digitale dienstverlening & bedrijfsvoering door betere informatiehuishouding en het duurzaam toegankelijk maken van informatie voor de samenleving
2. Inhoudelijke werkzaamheden die je kunt doen bij de Rijksoverheid en de uitdaging ervan
3. Persoonlijke ontwikkeling in het vakgebied (verdieping) en op vaardigheden die de doelgroep belangrijk vindt, zoals als innovatievermogen, advisering & communicatie
4. Maatschappelijke verantwoordelijkheid rondom Informatiehuishouding: transparante en eerlijke communicatie. Voorkom focus op politiek en beleid, maar laat daadwerkelijke uitvoering en oplossingen zien van maatschappelijke Informatiemanagement issue's.

Zet vacaturesite LinkedIn in als wervingskanaal om kandidaten van buiten de Rijksoverheid aan te trekken, eventueel ook Indeed. Aangezien WerkenvoorNederland.nl nauwelijks gebruikt wordt door externe respondenten in hun zoektocht naar een baan kan worden overwogen om hier extra bekendheid te genereren.

Eventueel zou kunnen worden overwogen om de mobiliteitsbank en meer onder de aandacht van de doelgroep te brengen. Om rijksmedewerkers aan te trekken dient vooral WerkenvoorNederland.nl ingezet te worden.

Een referralcampagne inzetten, aangezien 95% van de interne respondenten overweegt de Rijksoverheid aan te bevelen als werkgever

INFORMATIEMANAGER

4. Oriëntatie op werk

- Het eigen netwerk
- Vacaturesites
- Social media
- Informatiemanager

1. Voorkeuren werk(gever)

- Inhoud, verdieping & ontwikkeling
- Werksfeer, verbondenheid, transparantie & verantwoordelijkheid
- Balans in werk & privéleven

3. Voorkeuren vakgebied

- Digitale dienstverlening
- Bedrijfsvoering
- Duurzame toegankelijkheid

- Vakbekwaamheid
- Innovatievermogen
- Communicatie & Advisering

2. Associatie Rijksoverheid

- Inhoud, verdieping & ontwikkeling
- Werksfeer, verbondenheid, & verantwoordelijkheid
- Balans in werk & privéleven

werkenvoornederland.nl

WervingIHH@rijksoverheid.nl

UBR | voor een ambitieuze overheid