



Timing uitzendteam B.V.

Onderzoek naar werken in de
productie/ logistiek.

December 2010



IPM KidWise
onderdeel van Panteia

Timing uitzendteam B.V.

Onderzoek naar werken in de productie/ logistiek.

Timing

Inhoudsopgave

Inleiding	4
– Achtergronden van het onderzoek	5
– Doel van het onderzoek	6
– Opzet van het kwalitatieve onderzoek	7
– Opzet van het kwantitatieve onderzoek	8
– Algemeen	10
Management Summary	11
Conclusies en resultaten	15
– Kwalitatieve resultaten	15
– Kwantitatieve resultaten	32
Y-factor	45
Achtergrond deelnemers onderzoek	50

Timing

Inleiding



IPM KidWise
onderdeel van Panteia

Inleiding

Achtergrond van het onderzoek

- Timing, specialist in het uitzenden van (V)MBO werknemers in de productie, schoonmaak, logistiek en techniek, doet doorlopend onderzoek naar wat er speelt bij haar uitzendkrachten en hoe zij hun werk beleven. Omdat Timing een vooruitziende blik heeft en nu al weet dat in de toekomst productie en logistiek personeel schaars gaat worden, heeft zij behoefte aan meer informatie over de doelgroep in relatie tot deze sectoren.
- Waarom willen jongeren (niet) in de logistiek en productie werken, wat trekt hen aan in dit werk en hoe verhoudt werken in deze sectoren zich t.o.v. ander werk op (V)MBO niveau? Welke elementen trekken jongeren aan in een baan, een werkgever en welke rol speelt een uitzendbureau hierin voor hen? Dit zijn vragen waar Timing een concreet antwoord op zoekt, om vervolgens met deze antwoorden een brede en uitgebreide benchmark op te stellen (gebaseerd op de wensen van de doelgroep) bedoeld om de bedrijven waar haar uitzendkrachten (gaan) werken te evalueren. Op basis van deze bedrijfsevaluaties kan Timing haar klanten goed in kaart brengen en uitzendkrachten aangeven op welke elementen een bedrijf goed, en op welke elementen een bedrijf minder goed scoort. Bovendien vormt deze benchmark een 'stok achter de deur' voor bedrijven die personeel zoeken: zodra de scores van een bedrijf laag zijn, is dit een noodsignaal ter verbetering van de werksituatie van uitzendkrachten, omdat het bedrijf anders het risico loopt onvoldoende personeel te krijgen en te behouden.
- Timing heeft Keesie en IPM KidWise, beiden jongerenexperts, gevraagd een onderzoek uit te voeren om de wensen en behoeften van de doelgroep rondom bovenstaande thema's in kaart te brengen en advies te geven over het succesvol benaderen van de doelgroep.

Inleiding

Doel van het onderzoek

Voorafgaand aan het onderzoek hebben we de **doelstelling** als volgt geformuleerd:

- Het in kaart brengen van de zogenaamde y-factor (het haakje/ de haakjes) die jongeren ertoe beweegt in de logistiek of productie te gaan/ blijven werken.

De **subdoelstellingen** die hierbij horen zijn:

- het in kaart brengen van:
 - de belevingswereld van de doelgroep (V)MBO'ers;
 - dromen en ambities voor de toekomst;
 - het oriëntatie, keuze- en beslissingsgedrag van de doelgroep(en) als het gaat om werk;
 - elementen die een baan aantrekkelijk maken;
 - elementen die een werkgever aantrekkelijk maken;
 - invloed van een uitzendbureau in de keuze van een sector en werkgever;
 - invloed van de sociale omgeving als het gaat om werk en werken;
 - de perceptie van werken in de logistiek of productie (sec en in vergelijking met andere sectoren);
 - redenen om een baan te nemen of op te zeggen;
- de perceptie van carrièrekansen in de logistiek of productie (sec en in vergelijking met andere sectoren);
- de gepercipieerde invloed van de economische crisis op hun keuzes en verdere carrièrepad.

Inleiding

Opzet van het kwalitatieve onderzoek

Om de doelstellingen zoals geformuleerd op de voorgaande pagina te beantwoorden hebben wij gekozen voor een onderzoek in twee fases:

- **Fase 1:** kwalitatief onderzoek met (V)MBO'ers door IPM KidWise;
- **Fase 2:** kwantitatief onderzoek met (V)MBO'ers door IPM KidWise;

Fase 1: kwalitatief onderzoek

- Opzet kwalitatief onderzoek
 - Methode
 - Voor dit onderzoek hebben we gebruik gemaakt van 4 discussies met de doelgroep. We hebben voor groepsdiscussies gekozen omdat deze zeer geschikt zijn om een bepaald onderwerp te inventariseren, uit te diepen en te weten te komen hoe de doelgroep onderling over deze onderwerpen spreekt.
 - De groepen waren als volgt ingedeeld:
 - 4 groepen VMBO + MBO-afgestudeerden:
 - mensen met interesse in werken in de logistiek of productie
 - mensen werkzaam in de logistiek of productie
 - mensen die zijn gestopt met werken in de logistiek of productie
 - mensen zonder interesse of ervaring in de logistiek of productie

- Hierbij is gestreefd naar:
 - 50% jongens, 50% meisjes per groep
 - 50% VMBO, 50 % MBO per groep
 - Spreiding op logistiek en productie per groep
 - Spreiding op leeftijd per groep
 - *Helaas is deze bovenstaande spreiding door Timing niet gerealiseerd vanwege de moeilijkheid van de steekproef.*

- De groepsdiscussies duurden elk t = 120 minuten, maar het laatste gesprek duurde slechts ongeveer 30 minuten vanwege het ontbreken van 7 van de 8 respondenten.

Inleiding

Opzet van het kwantitatieve onderzoek

Fase 2: kwantitatief onderzoek met afgestudeerde (V)MBO'ers

• Methode:

Voor de kwantitatieve fase van het onderzoek, hebben we gebruik gemaakt van een online vragenlijst. Leden van de doelgroep hebben per e-mail een uitnodiging ontvangen voor het onderzoek met hierin een link naar de vragenlijst op een beveiligde internetsite. Ze hebben deze vragenlijst op een voor hun geschikt moment en in hun eigen tempo kunnen invullen.

• Steekproef:

Er zijn in totaal 698 jongeren in de leeftijd 16 tot en met 24 jaar betrokken bij het onderzoek. De volgende minimum aantallen zijn nagestreefd.

- 200 MBO-ers en 200 VBMO-ers;
- Per opleidingsniveau de volgende verdeling:
 - 50 jongeren die werken in de productie en/of logistiek.
 - 50 jongeren met interesse in werken in de productie en/of logistiek.
 - 50 jongeren die in het verleden gewerkt hebben in de productie en/of logistiek, maar hier nu geen interesse meer in hebben.
 - 50 jongeren die nog niet gewerkt hebben in de productie en logistiek en hier ook geen interesse in hebben.

- De gerealiseerde steekproef wijkt hiervan af omdat Timing graag iedereen de gelegenheid wilde geven om mee te doen en er dus geen quotastops zijn gehanteerd. Gevolg is dat sommige groepen in de steekproef sterker zijn vertegenwoordigd dan andere groepen. Indien over de totale steekproef uitspraken wordt gedaan, dan zal dit gebeuren op basis van de herwogen steekproef (n=600: per opleidingsniveau n=75 per subdoelgroep). De steekproefkenmerken van de gerealiseerde steekproef en de herwogen steekproef zijn weergegeven op de volgende pagina.
- Alle respondenten zijn geselecteerd uit adressenbestanden aangeleverd door Timing. Ook dit deel van het onderzoek is uitgevoerd door IPM Kidwise.

Inleiding

Opzet van het kwantitatieve onderzoek

Steekproefkenmerken kwantitatief onderzoek

In %, vragen: S0 t/mS9

Basis: steekproef per subgroep

productie en/of logistiek	Steekproef niet herwogen								Steekproef herwogen	
	VMBO				MBO				Totaal	Totaal
	werken	interesse	gewerkt, geen interesse	niet gewerkt, geen interesse	werken	interesse	gewerkt, geen interesse	niet gewerkt, geen interesse		
Geslacht	n=62	n=60	n=94	n=69	n=98	n=80	n=113	n=122	n=698	n=600
Jongen	69%	73%	71%	36%	77%	65%	48%	20%	55%	57%
Meisje	31%	27%	29%	64%	23%	35%	52%	80%	45%	43%
Leeftijd										
16 tot en met 20 jaar	40%	52%	64%	77%	34%	36%	42%	46%	48%	49%
21 tot en met 24 jaar	60%	48%	36%	23%	66%	64%	58%	54%	52%	51%
Werksituatie										
Voltijd werken	27%	7%	13%	7%	39%	9%	14%	16%	17%	17%
Part-time werken	16%	8%	15%	12%	11%	6%	19%	18%	14%	13%
Werken en leren combineren (BBL)	6%	3%	4%	1%	3%	0%	12%	4%	5%	4%
Bijbaantje naast een opleiding	18%	8%	15%	22%	11%	10%	18%	10%	14%	14%
Geen werk, maar werkzoekend	26%	62%	32%	49%	24%	64%	25%	42%	39%	40%
Geen werk, ook niet werkzoekend	0%	2%	5%	1%	5%	3%	1%	2%	3%	2%
Anders	6%	10%	16%	7%	6%	9%	11%	7%	9%	9%
Vakgebied waarbinnen nu werkzaam										
Logistiek	48%	0%	0%	0%	55%	0%	0%	0%	13%	14%
Productie	65%	0%	0%	0%	57%	0%	0%	0%	15%	17%
Interesse in vakgebied										
Logistiek	34%	53%	0%	0%	42%	56%	0%	0%	20%	23%
Productie	45%	75%	0%	0%	30%	69%	0%	0%	22%	27%
Vakgebieden niet in aanmerking										
Logistiek	10%	10%	33%	51%	16%	13%	36%	48%	29%	27%
Productie	10%	10%	28%	32%	15%	6%	30%	34%	22%	21%
Gewerkt in productie of logistiek										
Productie	87%	82%	89%	0%	81%	68%	93%	0%	61%	62%
Logistiek	56%	48%	39%	0%	71%	48%	35%	0%	36%	37%

Inleiding

Algemeen

- Voorafgaand aan het onderzoek hebben wij de betrokkenen van Timing en Keesie de gespreksleidraad voor het kwalitatieve onderzoek en de vragenlijst voor het kwantitatieve onderzoek toegestuurd en deze vervolgens gezamenlijk definitief vastgesteld. De gespreksleidraad en de vragenlijst zijn als bijlage in dit rapport opgenomen.
- De resultaten van het kwantitatieve onderzoek zijn getoetst op verschillen tussen opleidingsniveau en doelgroep. Daar waar verschillen significant of indicatief zijn (5% of 10%-niveau), zijn deze in de tekst opgenomen. Voor meer informatie hierover, verwijzen wij naar Bijlage III van dit rapport.
- Het kwalitatieve onderzoek vond plaats op 12 oktober 2010 in Rotterdam (ten kantore van IPM) en op 14 oktober 2010 in Apeldoorn (ten kantore van Timing).
- Het kwantitatieve onderzoek liep van 18 november tot en met 12 december 2010.

Timing

Management Summary

In de Management Summary geven wij de overall conclusies van dit onderzoek, aangevuld met enkele praktische aanbevelingen.



IPM KidWise
onderdeel van Panteia

Management Summary

Conclusies

- Werken in de productie/logistiek is onder jongeren met een afgeronde (V)MBO-opleiding niet erg geliefd. De basishouding over werken in de productie en logistiek is negatief.
- Het beeld dat men heeft van werken in de productie/logistiek is stereotypisch, mede ingegeven door het feit dat iedereen dit werk kan doen: werk in de productie en logistiek wordt gezien als simpel en eentonig werk, waar men geen diploma of startkwalificatie voor nodig heeft. Als je voor langere tijd dit werk doet dan moet er voor hun gevoel iets mis met je zijn (*'Alleen losers werken daar nog op hun 40^{ste}'*).
- Maar ook de ervaringen van jongeren kleuren hun houding negatief:
 - de jongeren die gewerkt hebben in de productie/logistiek hebben dit veelal voor korte tijd gedaan en zijn dus ook niet als volwaardig teamlid behandeld;
 - ze hebben ervaren dat het werk weinig vrijheid biedt, er veel regels gelden, het saai werk betreft en dat de werkomgeving deprimerend is;
 - in de tijd dat men in de productie en logistiek heeft gewerkt, heeft men ook geen mogelijkheden gezien om hoger op te komen. Dit versterkt het gevoel dat dit type werk niet voor hen is.
- Hier komt nog bij dat jongeren uit deze doelgroep (net klaar of nog bezig met school) een naïef toekomstbeeld hebben als het gaat om werk(mogelijkheden):
 - het is moeilijk voor ze om aan te geven waar ze over x jaar zullen staan, ze hebben geen idee wat ze van de toekomst kunnen verwachten;
 - of ze hebben irreëel hoge toekomstverwachtingen over hun eigen mogelijkheden en datgene wat ze kunnen bereiken;
 - hoewel jongeren aangeven dat ze zelf verantwoordelijk zijn voor hun carrière, handelen ze hier veelal niet naar. Ze leggen de schuld van het feit dat ze ontevreden zijn met hun eigen baan of nog niet hun 'droombaan' hebben gevonden niet bij hun eigen functioneren, maar bij externe factoren (recessie, uitzendbureaus doen te weinig etc.);
 - hiernaast is status (nog) heel belangrijk voor deze groep en ze denken dat banen in de productie en logistiek niet bepaald banen zijn waar je trots over vertelt op een verjaardag.

Management Summary

Conclusies

- Kortom: jongeren met een (V)MBO-diploma voelen zich veelal niet aangetrokken om dit werk (voor langere tijd) te doen. Ze staan er wel meer voor open als het een korte periode betreft (b.v. als men geld nodig heeft) of als men zich realiseert of heeft ervaren dat het niet zo makkelijk is om een baan te krijgen. In dat geval wordt men minder selectief. **Echter overall kan geconcludeerd worden dat de productie en logistiek op dit moment nauwelijks enige y-factor heeft voor deze jongeren en als werksector een negatief imago heeft.**
- Elementen van banen die belangrijk zijn voor jongeren en die in positieve zin kunnen bijdragen aan de aantrekkelijkheid van banen (in de productie en logistiek) zijn:
 - **de inhoud van het werk:** een aantrekkelijke baan is een baan waar men plezier in heeft, dat aansluit op de persoonlijke interesse en waarin men kan laten zien wat men kan, maar waarin men ook het vertrouwen krijgt om het werk goed uit te voeren;
 - **een goede sfeer op het werk:** een aantrekkelijke baan is bij een organisatie waar men zich thuis bij voelt, waar een goede sfeer heerst, waar je werkt met leuke collega's in en een prettige werkruimte;
 - **financiële waardering:** een aantrekkelijke baan is een baan waar je goed betaald krijgt.
 - **trots:** een aantrekkelijke baan is een baan/werkgever waar je trots op kan zijn: waar je over durft te vertellen op een feestje bijvoorbeeld;
 - **opleidings- en doorgroeimogelijkheden:** een aantrekkelijke baan biedt mogelijkheden om jezelf verder te ontwikkelen.
- Aspecten die ook belangrijk zijn, maar meer basisvoorwaarden zijn en dus nauwelijks in positieve zin bijdragen aan de aantrekkelijkheid van een baan zijn:
 - een goed functionerende organisatie (voldoende informatie, duidelijke regels en goed georganiseerd (zaakjes op orde);
 - waardering en respect van collega's en leiding.
- Het beeld van banen in de productie en logistiek is op bovenstaande aspecten niet sterk ingevuld: men denkt bij banen in de productie en logistiek nog het meest aan een goed salaris, respect van de direct leidinggevende en collega's, een goede sfeer op het werk (prettige werksfeer en leuke collega's), voldoende werk en een goed functionerende organisatie. Zoals ook bij het kwalitatieve deel naar voren kwam: *bij simpel werk hoef je je hoofd er niet bij te houden, dus heb je de mogelijkheid om met collega's te kletsen.*

Management summary

Aanbevelingen

Uit het voorgaande is reeds naar voren gekomen dat het beeld van banen in de productie en logistiek zeer negatief is ingevuld. Een negatief beeld dat niet strookt met de werkelijkheid en dat jongeren weerhoudt om voor langere tijd in deze branche te werken. Een belangrijke voorwaarde voor het vergroten van de aantrekkingskracht van deze branche is dus het meer en positiever invullen van het bestaande beeld.

- Er is bij jongeren veel gebrek aan kennis over de mogelijkheden van de sector productie en logistiek en het bestaande beeld is stereotypisch en komt niet overeen met de werkelijkheid: het is belangrijk de positieve kanten van de productie en logistiek en de mogelijkheden die deze sector biedt meer over het voetlicht te brengen: wat voor banen zijn er, wat voor taken zijn er, etc. Maak werken in de productie en logistiek op een 'leuke' manier concreet met voorbeelden.
- Belangrijk is bovendien jongeren aan te spreken op de elementen in een baan die zij belangrijk vinden (zie pagina hiervoor).
- Vergelijk banen in de productie en logistiek eventueel met andere banen die deze doelgroep heeft en benadruk de pluspunten, want deze zijn nu compleet onbekend.
- En ten alle tijde: laat zien dat je deze jongeren serieus neemt.

Overigens is het belangrijk te realiseren dat de afgestudeerde (V)MBO jongeren bestaan uit twee groepen jongeren die waarschijnlijk verschillende aspecten in een baan belangrijk vinden, namelijk zij die een (bij)baantje hebben of zoeken naast een opleiding en zij die een 'gewone' baan hebben of zoeken.

Timing

Conclusies en resultaten fase 1

In dit hoofdstuk worden de belangrijkste conclusies van het kwalitatieve deel van het onderzoek weergegeven, gekoppeld aan de onderzoeksresultaten.



IPM KidWise
onderdeel van Panteia

Resultaten Fase 1

De manier waarop jongeren tegen werken aankijken hangt af van of zij op dit moment op school zitten en van of zij in het verleden hun opleiding met een diploma hebben afgesloten.

- (V)MBO jongeren die op dit moment een opleiding volgen, zien werken vooral als iets wat zij 'erbij' doen. Door te werken hebben zij voldoende inkomsten om mooie kleding en gadgets te kopen en met hun vrienden uit te gaan en gezellige dingen te doen. Een groot deel van hen woont ook nog bij de ouders die voorzien in het dagelijkse levensonderhoud. (V)MBO jongeren die op dit moment geen opleiding volgen en fulltime werken of op zoek zijn naar een fulltime baan, nemen werk aanzienlijk serieuzer. Voor deze jongeren is werk hun primaire dagbesteding. Een groot deel van hen woont zelfstandig en is daardoor veel meer dan de jongeren die nog thuis wonen, afhankelijk van de inkomsten uit werk. De jongeren die fulltime werken of fulltime werk zoeken zijn dan ook veel actiever in het vinden en behouden van een baan dan de jongeren die nog op school zitten.
- Een tweede belangrijke factor die de perceptie van werken van de doelgroep beïnvloedt is het al dan niet hebben van een diploma. Alle (V)MBO jongeren weten dat zij beter af zijn met een diploma op zak. Diegenen die hun opleiding voortijdig verlaten hebben, weten dat zij eigenlijk terug naar school zouden moeten.

Resultaten Fase 1

(V)MBO jongeren geven aan dat ze hun carrière zelf in de hand hebben, maar handelen daar niet naar.

- Jongeren geven aan, dat zij zelf primair verantwoordelijk zijn voor hun eigen carrière en toekomstige geluk. Ze weten immers dat ze goed hun best moeten doen op school of bij een werkgever om hogerop te komen. Maar in de werkelijkheid dragen zij deze filosofie lang niet altijd uit. Veel jongeren zijn ontevreden over hun carrière op dit moment: er is te weinig werk, uitzendbureaus doen niet genoeg hun best om werk voor hen te vinden, banen betalen te weinig en in de meeste functies krijgen zij onvoldoende vrijheid. Het verschil tussen hun droombaan en hun huidige situatie schrijven zij amper toe aan hun eigen functioneren. Zo krijgt de economie de schuld, zijn uitzendbureaus zeer passief en weten werkgevers hun personeel niet op waarde te schatten. Interessant hierbij te vermelden is dat wij uit de psychologie weten dat mannen over het algemeen de 'schuld' van iets negatiefs buiten zichzelf leggen, terwijl vrouwen 'de schuld' van iets negatiefs bij zichzelf zoeken.

Resultaten Fase 1

Veel (V)MBO jongeren hebben geen duidelijk beeld van hun toekomstige carrière.

- (V)MBO jongeren vinden het erg lastig te omschrijven waar zij over drie, vijf of over tien jaar staan in hun carrière. Bovendien zijn de verwachtingen die zij hebben niet altijd even realistisch. Zo denken ze op hun twintigste na het afronden van hun MBO-opleiding nog na over van richting switchen of denkt een 17-jarige VMBO-er dat hij, als hij een beetje zijn best doet op school, wel advocaat kan worden. De jongeren die al wat langer klaar zijn met school of gestopt zijn met school, zijn vaak realistischer in hun toekomstverwachtingen. Deze jongeren hebben al meer het besef dat bepaalde carrières voor hen zijn uitgesloten en hebben geleerd dat het niet hebben van een diploma het vinden van een baan erg bemoeilijkt. Deze laatste groep is als gevolg daarvan minder selectief in het zoeken naar banen en heeft de houding *'pakken wat ik pakken kan'*.

Resultaten Fase 1

(V)MBO jongeren starten hun zoektocht naar een nieuwe baan veelal op internet of bij het uitzendbureau.

- Wanneer (V)MBO jongeren op zoek zijn naar een nieuwe baan, starten zij hun zoektocht vaak op internet. Sites als www.jobrapido.nl, www.jobtrack.nl of www.uwv.nl gebruiken zij om te reageren op vacatures. Een groot deel van hen echter, hecht meer waarde aan persoonlijk één op één contact en heeft hier ook meer vertrouwen in. Het uitzendbureau is hierdoor aantrekkelijk. Bij het uitzendbureau kunnen zij immers zonder afspraak binnenlopen en hun cv afgeven en hopen zij door het persoonlijke contact een goede indruk te maken.
- Jongeren willen echter het liefst zelf direct bij een bedrijf solliciteren want in hun beleving verdienen zij door direct bij een bedrijf te solliciteren meer doordat het uitzendbureau geen winst op hen maakt. Wanneer het niet lukt om rechtstreeks een baan te vinden, biedt het uitzendbureau een goed alternatief. Het uitzendbureau kan je namelijk inzetten op meer dan één baan en bovendien hoeven ze, als ze eenmaal staan ingeschreven, minder moeite te doen voor het krijgen van een baan. Jongeren geven echter allemaal wel aan, dat het zaak is het uitzendbureau actief te houden. Dit doen zij door regelmatig te bellen en hun gezicht te laten zien. Zij denken dat hierdoor hun kansen op werk aanzienlijk toenemen.

Resultaten Fase 1

Het vertrouwen in en de loyaliteit naar het uitzendbureau lijken laag te zijn.

- Bijna alle (V)MBO'ers die voor een uitzendbureau werken, staan ingeschreven bij drie of meer verschillende uitzendbureaus. Zij wisselen deze af en nemen contact met hen op basis van de banen die één van de uitzendbureaus op dat moment aanbiedt. Doordat de doelgroep betrekkelijk kritisch tegenover uitzendbureaus staat en ze bovendien uitzendbureaus afwisselt, lijkt de loyaliteit richting het uitzendbureau laag te zijn. Hierdoor voelt een groot deel van hen zich niet verplicht op tijd te komen of bijv. een opdracht van een week ook daadwerkelijk vijf dagen vol te houden.

Resultaten Fase 1

Aansluiting op de persoonlijke interesses, afwisseling, vrijheid, respect, salaris, gezelligheid, duidelijkheid, vastigheid en ontwikkelingsmogelijkheden zijn elementen die een baan voor (V)MBO jongeren aantrekkelijk maken (1/3)

- Wanneer jongeren op zoek gaan naar een nieuwe baan, bevat deze in het ideale geval zoveel mogelijk van de volgende elementen:
 - Aansluiting op persoonlijke interesses: wanneer jongeren werk zoeken, kijken zij allereerst naar banen die aansluiten op hun persoonlijke interesses. Bijv. iemand die een grote interesse in dieren heeft, reageert eerder op een baan in een dierenwinkel of bij een manege dan een baan in de schoonmaak of in een kledingwinkel.
 - Afwisseling: één van de primaire eisen die (V)MBO jongeren aan een baan stellen, is afwisseling. Afwisseling maakt een baan immers uitdagend en zorgt ervoor dat een baan niet snel saai of eentonig wordt. Jongeren ervaren afwisseling door verschillende aspecten van een baan. Zo is afwisseling niet elke dag exact dezelfde taken hoeven doen, maar kan afwisseling ook al gerealiseerd worden door bijv. een uur staand en een uur zittend te werken, of door een tijdje binnen te werken en dan buiten, of buiten het terrein iets weg te mogen brengen, dus een afwisseling in setting.
 - Vrijheid: naast afwisseling, houden jongeren erg van vrijheid in een baan. Vrijheid om bijv. zelf te bepalen hoe zij bepaalde taken uitvoeren, niet te veel gecontroleerd worden, zelf keuzes mogen maken en ook zelf fouten mogen maken. Deze vrijheid laat hen zien dat hun werkgever hen als verantwoordelijk, volwassen mensen ziet die hun werk serieus nemen en hun vertrouwen geeft. Wanneer ze te veel gecontroleerd worden en alles volgens zeer gedetailleerde regeltjes moeten doen voelen zij zich betutteld en wordt hun gevoel van vrijheid aanzienlijk ingeperkt.
 - Respect: (V)MBO jongeren geven ook aan, dat zij respect erg belangrijk vinden in een baan. Dit respect betekent voor hen respect voor henzelf, als persoon en behandeld worden als een gelijke. Hierdoor kunnen zij zichzelf zijn binnen een sector, bedrijf en functie en genieten zij het meest van een baan. Strakke hiërarchische verdelingen of neerbuigend behandeld worden omdat ze de 'laagste' baan binnen een bedrijf hebben, staat hier voor hun gevoel haaks op.

Resultaten Fase 1

Aansluiting op de persoonlijke interesses, afwisseling, vrijheid, respect, salaris, gezelligheid, duidelijkheid, vastigheid en ontwikkelingsmogelijkheden zijn elementen die een baan voor (V)MBO jongeren aantrekkelijk maken (2/3).

Een tweede belangrijke vorm van respect die belangrijk bij een baan is, is respect van je omgeving voor een bepaalde baan. Hoewel jongeren zeggen dat dit geen rol speelt, wordt wel degelijk duidelijk dat de status die zijzelf en anderen om hen heen een baan toedichten ("zo, die heeft wel wat bereikt!"), van belang zijn bij de selectie van een baan. Bijv. wanneer je vrienden tegenkomt in de stad tijdens je lunchpauze ben je trotser wanneer je in een pak loopt, dan wanneer je je McDonald's tenue draagt. Andere statussymbolen zoals een mooie leaseauto of een telefoon van de zaak vinden (V)MBO jongeren ook interessant om te krijgen bij een baan, maar zij realiseren zich wel dat de banen waarop zij op dit moment kunnen reageren niet zulke extraatjes bieden.

- Salaris: ook willen (V)MBO jongeren graag zo veel mogelijk geld verdienen met een baan. Hoever ze bereid zijn te gaan voor een goed salaris (bijv. putjes scheppen) hangt sterk samen met hun financiële situatie en de looptijd van de baan. Des te korter de baan duurt, des te eerder jongeren een 'rotbaantje' aan zouden nemen dat wel goed betaalt.

- Gezelligheid: ook gezelligheid zien (V)MBO jongeren als zeer belangrijk voor een baan. Gezelligheid met leuke collega's bepaalt immers de sfeer binnen een bedrijf en is bepalend voor de mate waarin je 's ochtends zin hebt om je bed uit te komen om te gaan werken. Gezelligheid bestaat voor jongeren uit plezier hebben met collega's, af en toe een grapje kunnen maken en ook informeel met elkaar praten over bijv. het weekend of elkaars hobby's. Een ander element dat een omgeving gezellig maakt is het gebouw, de ruimte waar de jongeren werken. Wanneer deze ruimte licht en kleurrijk is, voelen zij zich beter op hun gemak dan in een saaie ruimte zonder daglicht.
- Duidelijkheid: duidelijkheid en weten wat je kunt verwachten vinden jongeren prettig in een baan. Ze willen graag weten wat er precies van hen verwacht wordt en wat de regels zijn (bijv. wanneer en hoe lang mag je pauze nemen) binnen een bedrijf. Wanneer deze zaken duidelijk zijn, kunnen zij zich makkelijker aanpassen aan de normen binnen een organisatie en zichzelf eerder op hun gemak voelen.

Resultaten Fase 1

Aansluiting op de persoonlijke interesses, afwisseling, vrijheid, respect, salaris, gezelligheid, duidelijkheid, vastigheid en ontwikkelingsmogelijkheden zijn elementen die een baan voor (V)MBO jongeren aantrekkelijk maken (3/3).

- Vastigheid: in aansluiting op duidelijkheid, vinden jongeren het ook belangrijk wanneer een baan hen een bepaalde mate van vastigheid biedt. Vastigheid kan bijv. bestaan uit elke dag dezelfde werktijden, maar ook uit werk voor een langere periode of uitzicht op een vast contract.
- Ontwikkelingsmogelijkheden: wanneer jongeren een baan aangeboden krijgen waarbij ze door kunnen groeien of een cursus kunnen doen, geeft hen dit een goed gevoel. Dit goede gevoel komt doordat een werkgever op die manier laat zien in zijn werknemers te willen investeren en ervan uit te gaan dat de werknemer lang bij hem kan blijven werken. Bovendien geven (V)MBO jongeren aan dat ze graag hogerop willen komen en interne promoties en opleidingen zijn volgens hen een goed middel daarvoor, bovendien leiden deze tot afwisseling in het verdere verloop van de carrière.
- De hiervoor genoemde criteria vormen samen de ideale baan voor veel (V)MBO jongeren. De mate waarin deze criteria strikt worden gehanteerd, hangt samen met de financiële nood, de realiteitszin en de werkervaring van de jongere. Naarmate één (of meerdere) van deze drie factoren groot is, daalt het aantal eisen dat de jongere stelt aan de baan.

Resultaten Fase 1

(V)MBO jongeren associëren werken in de productie of logistiek met simpele taken waar je geen diploma voor nodig hebt en banen waar iedereen voor wordt aangenomen.

- Wanneer (V)MBO jongeren denken aan werken in de productie of logistiek denken zij vooral aan eenvoudige taken zoals dozen sjouwen, order picken, aan de lopende band werken of producten inpakken. Dit is volgens hen simpel werk dat geen enkele vooropleiding vereist en waarbij je vaak niet eens een sollicitatiegesprek hebt (wat voor hen laat zien dat werkgevers geen waarde hechten aan kwalitatief goed personeel). Doordat zij weten dat je geen diploma of voorkennis voor deze banen nodig hebt en iedereen wordt aangenomen, percipiëren zij deze als laag en ongeschoold en dus 'niet voor mij'. Dit geldt zowel voor jongeren die geen ervaring in de logistiek hebben als voor jongeren die wel eens in de logistiek gewerkt hebben. Een enkeling die geen diploma heeft, voor zijn eigen inkomen moet zorgen en aan den lijve heeft ondervonden hoe lastig het is een geschikte baan te vinden, is minder kritisch op werken in de productie en logistiek.

Resultaten Fase 1

(V)MBO jongeren denken dat er zeer weinig doorgroeimogelijkheden zijn wanneer je werkt in de productie of logistiek.

- Jongeren vinden het erg lastig zich voor te stellen hoe je in de productie of logistiek carrière kunt maken. Het enige wat ze kunnen bedenken is een functie van planner of ploegleider. Welke banen op een hoger niveau nog meer mogelijk zijn in deze sector, is hen totaal onduidelijk. Wanneer ze verder nadenken over 'hogere' banen in deze sector, denken ze aan banen in een kantoor, die zij zeker niet nastreven. Kantoorbanen zijn namelijk volgens deze jongeren vooral hele saaie en eentonige banen waarbij medewerkers elke dag van negen tot vijf exact hetzelfde doen. Over management banen denken jongeren niet echt na en zij associëren deze sector niet met leidinggevende functies (behalve ploegleider). Bij opleidingen in deze sector weten ze ook niet goed wat ze kunnen verwachten en reiken hun ideeën niet verder dan bijv. een opleiding heftruckchauffeur of VCA (Veiligheid, Gezondheid en Milieu Checklist).

Resultaten Fase 1

De arbeidsvoorwaarden in de logistiek en productie zijn geen reden om specifiek voor deze sector te kiezen, aldus jongeren.

- De arbeidsvoorwaarden in de logistiek en productie vinden jongeren niet geweldig. Een enkeling geeft wel aan dat in deze sector meer te verdienen is dan in de horeca, maar over het algemeen worden de arbeidsvoorwaarden niet als een reden gezien om een baan in de logistiek of productie te zoeken. Ook geven jongeren aan dat je door te werken in de productie en logistiek weinig extraatjes krijgt, wat je bijv. bij een callcenter wel krijgt in de vorm van een bonus.

Resultaten Fase 1

(V)MBO jongeren denken dat ze erg weinig vrijheid hebben wanneer ze werken in de productie of logistiek.

- Bij werken in de productie of logistiek, denken jongeren aan simpel werk dat exact volgens bepaalde, vooraf gedefinieerde regeltjes moet gebeuren. Ze denken dan ook dat ze zelf erg weinig inbreng op de invulling van de werkzaamheden zullen hebben en dat ze bijv. een doos persé eerst rechts en dan pas links dicht mogen vouwen. Deze aanname zorgt ervoor dat ze bij deze sector denken aan betuttelende regels en geen ruimte voor eigen inbreng, twee zaken die hen tegenstaan.

Resultaten Fase 1

Bij bedrijven in de productie en logistiek denken jongeren aan massale organisaties.

- Bij bedrijven in de productie en logistiek denken jongeren aan grote, massale bedrijven met erg veel medewerkers die allemaal één klein taakje hebben. Doordat zij vooral aan massale bedrijven denken, denken zij dat er weinig afwisseling is (je zult wel elke dag aan dezelfde lopende band staan) en mensen onpersoonlijk behandeld worden. Deze aanname staat haaks op hun wens om met respect en persoonlijk behandeld te worden.

Resultaten Fase 1

Doordat de werkzaamheden in deze sector erg simpel zijn, denken jongeren dat er een goede sfeer zal zijn op de werkvloer.

- (V)MBO jongeren denken dat je veel plezier kunt hebben wanneer je werkt in de logistiek of productie. Zij redeneren dat als je simpel, bijv. lopende band, werk hebt je daar je hoofd niet bij hoeft te houden en dus genoeg tijd hebt om met je collega's te kletsen en grapjes uit te halen. Dit is één van de aspecten die hen aanspreken in deze sector. Er zijn echter wel jongeren die hebben ervaren dat je juist bijna niet mag praten bij werken in de logistiek en productie.

Resultaten Fase 1

Logistieke en productie banen worden door jongeren vooral geassocieerd met kortstondige functies.

- Omdat (V)MBO jongeren er veelal vanuit gaan dat zij te hoog opgeleid of te slim zijn voor logistieke en productie functies zien zij deze functies vooral als kortstondig. Bijv. wanneer ze even snel geld nodig hebben of wanneer ze op zoek zijn naar een betere baan, zijn ze bereid een logistieke of productie functie aan te nemen. Bijna alle (V)MBO jongeren geven dan ook aan, dat ze niet verwachten dat ze over tien jaar nog in de logistiek werkzaam zijn.

Resultaten Fase 1

Om de sector logistiek en productie voor jongeren aantrekkelijker te maken, geven zij aan dat de salarissen omhoog moeten, er een strengere selectie aan de poort zou moeten zijn en jongeren meer vrijheid zouden moeten krijgen.

- Wanneer jongeren wordt gevraagd hoe de branche voor hen aantrekkelijker kan worden, geven zij aan dat allereerst de salarissen hoger zouden moeten zijn. De lage salarissen zijn voor hen een teken dat het werk niet belangrijk of verantwoordelijk is en dit maakt het werken in deze branche minder aantrekkelijk. Een tweede aanwijzing voor hen dat het werk niet verantwoordelijk is, is het feit dat je zonder voorkennis en vaak zonder sollicitatiegesprek te hebben gevoerd, wordt aangenomen. Zij geven aan dat wanneer de selectie strenger zou zijn, zij meer het idee zouden hebben dat het een belangrijke baan betreft. Ten derde geven ze herhaaldelijk aan vrijheid en verantwoordelijkheid belangrijk te vinden. Wanneer zij zelf meer invloed zouden mogen uitoefenen op de manier waarop zij taken uitvoeren, zou dit het werk voor hen aantrekkelijker maken. Bijv. wanneer ze aan het einde van de dag honderd orders gepickt moeten hebben, willen ze zelf graag bepalen hoe zij hun dag indelen, zolang ze hun target maar halen.

Timing

Conclusies en resultaten fase 2

In dit hoofdstuk worden de belangrijkste conclusies van het kwantitatieve deel van het onderzoek weergegeven, gekoppeld aan de onderzoeksresultaten.



IPM KidWise
onderdeel van Panteia

Aspecten die jongeren
belangrijk vinden bij de keuze
van een baan

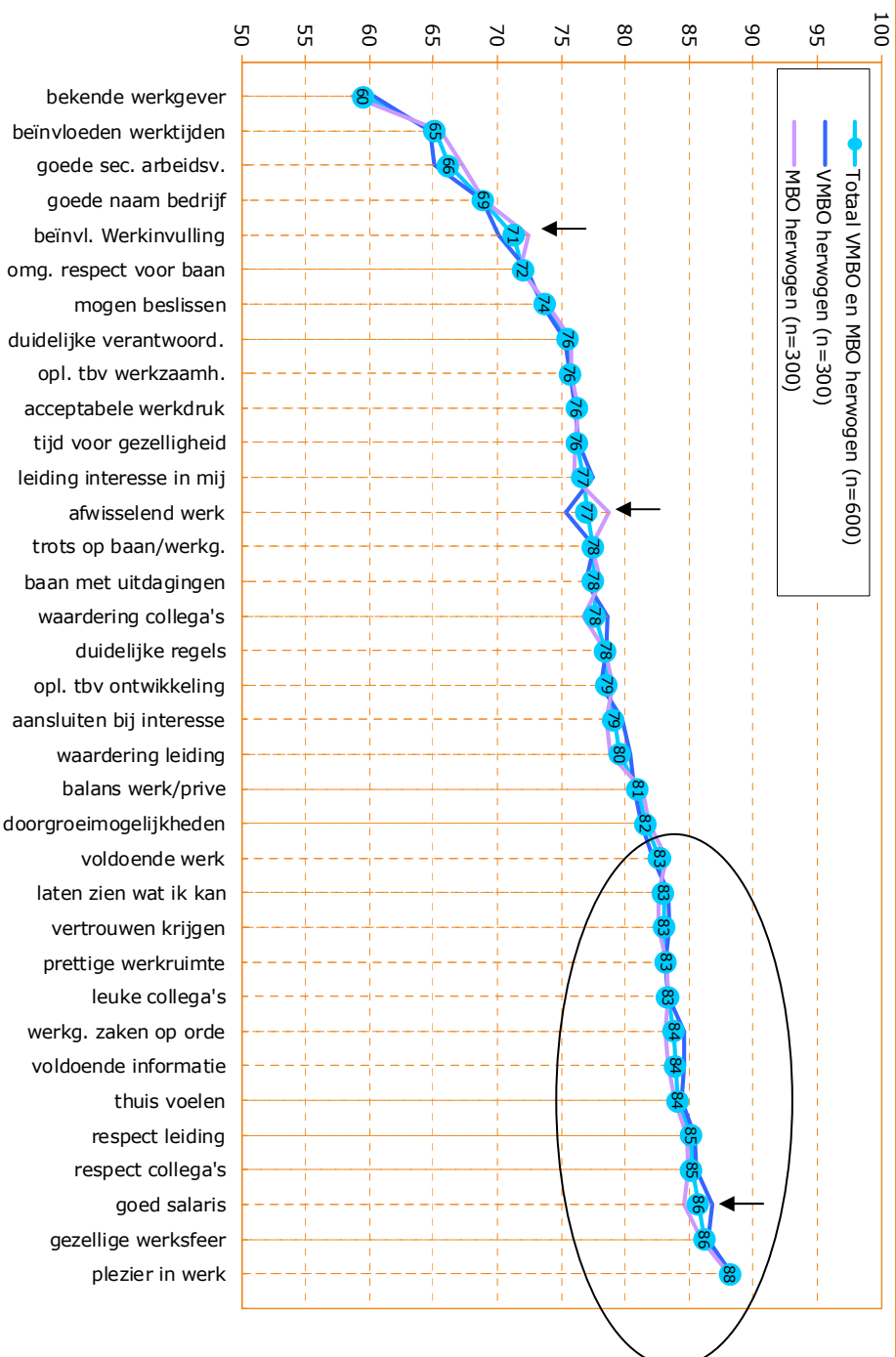


IPM KidWise
onderdeel van Panteia

Aspecten belangrijk bij de keuze van een baan

De belangrijkste aspecten bij de keuze van een baan zijn volgens de jongeren: plezier in en sfeer op het werk, het ontvangen van waardering (waaronder salaris), met respect behandeld worden en de mogelijkheid om te laten zien wat je kan.

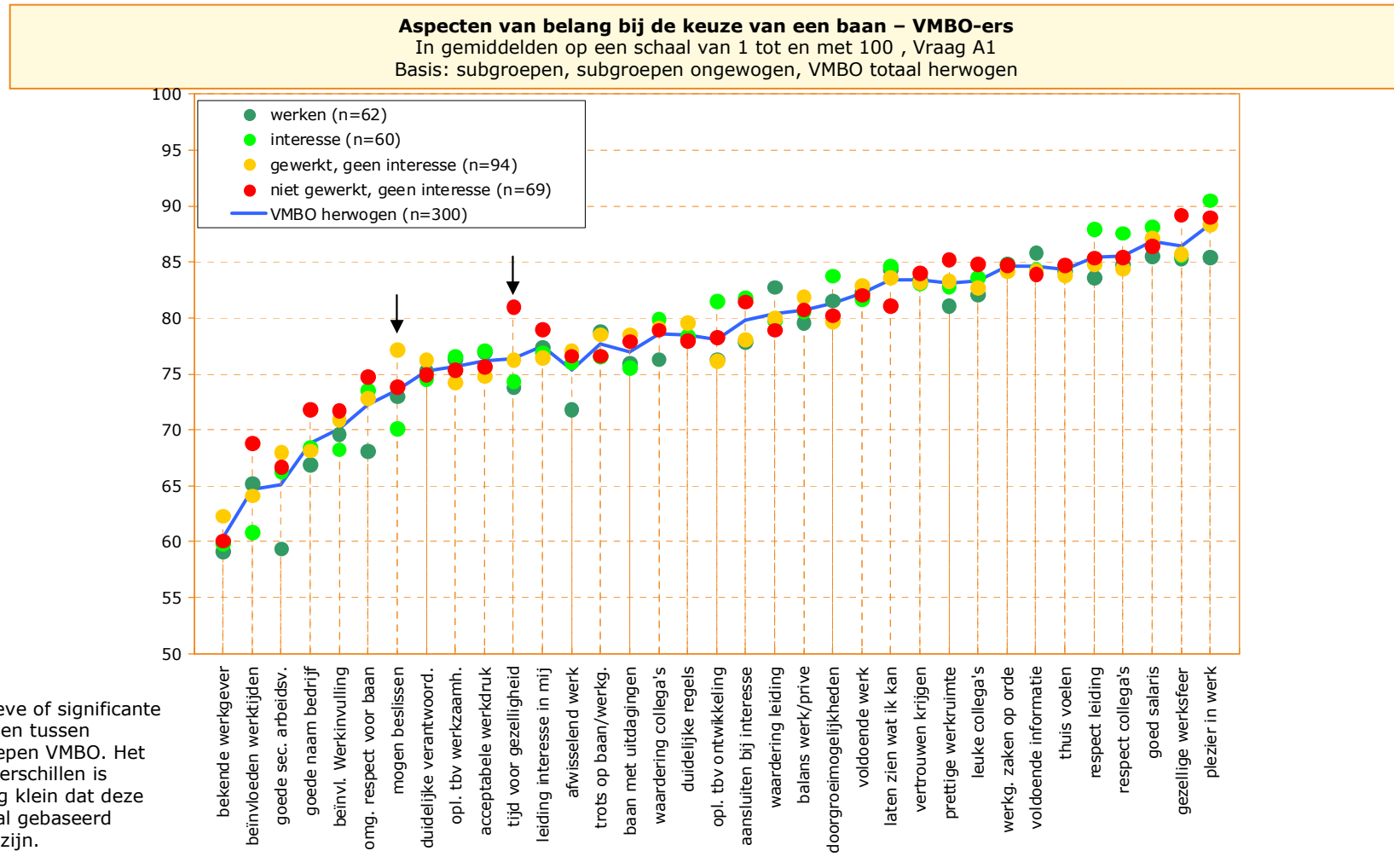
Aspecten van belang bij de keuze van een baan
 In gemiddelden op een schaal van 1 tot en met 100 , Vraag A1
 Basis: totaalgroep, herwogen



↑
 Indicatieve of
 significante verschillen
 tussen opleiding.

Aspecten belangrijk bij de keuze van een baan - VMBO

Er zijn geen grote verschillen in de aspecten die jongeren belangrijk vinden bij de keuze van een baan tussen de 4 onderscheiden doelgroepen op VMBO niveau.



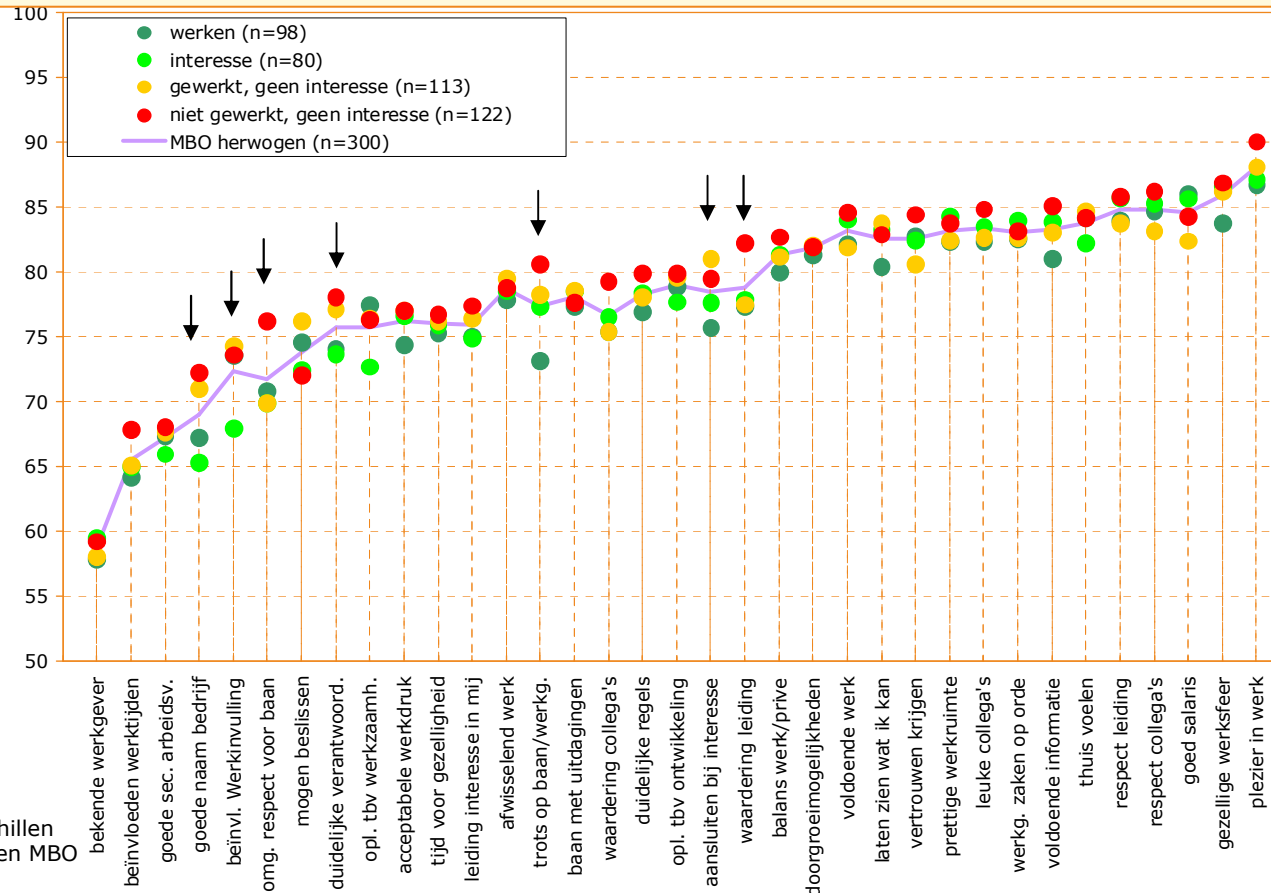
Aspecten belangrijk bij de keuze van een baan - MBO

MBO-ers die geen interesse hebben in de productie en logistiek, hechten iets meer belang aan een baan die aansluit bij de persoonlijke interesses (vooral als ervaring), waar je zelf trots op kunt zijn, de omgeving respect voor heeft en waarin je gewaardeerd wordt (vooral als geen ervaring), en een baan met duidelijke verantwoordelijkheden waarbij je de invulling zelf kunt beïnvloeden.

Aspecten van belang bij de keuze van een baan –MBO-ers

In gemiddelden op een schaal van 1 tot en met 100 , Vraag A1

Basis: subgroepen, subgroepen ongewogen, MBO totaal herwogen



↓ Indicatieve of significante verschillen tussen doelgroepen MBO

Beeld van werken in de
productie en logistiek

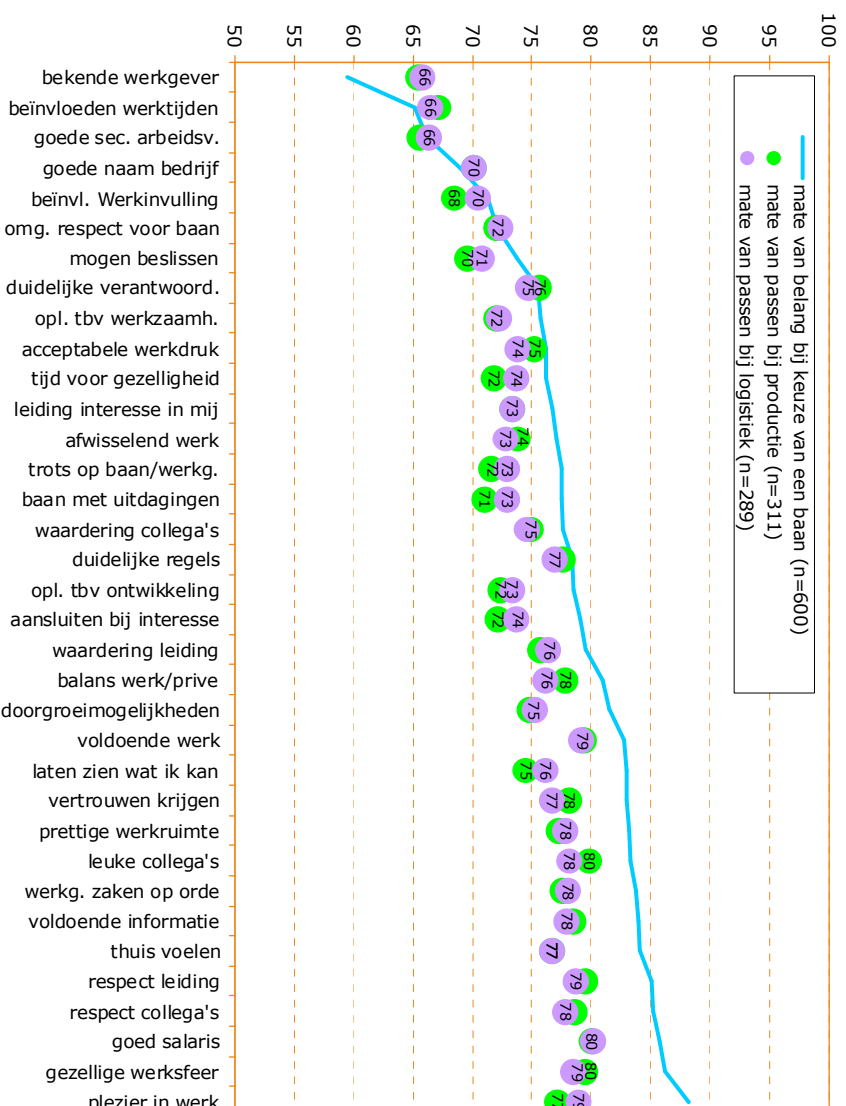


IPM KidWise
onderdeel van Panteia

Beeld logistiek en productie op aspecten

Het beeld van werken in de productie en werken in de logistiek is bij alle vier de doelgroepen nagenoeg gelijk.

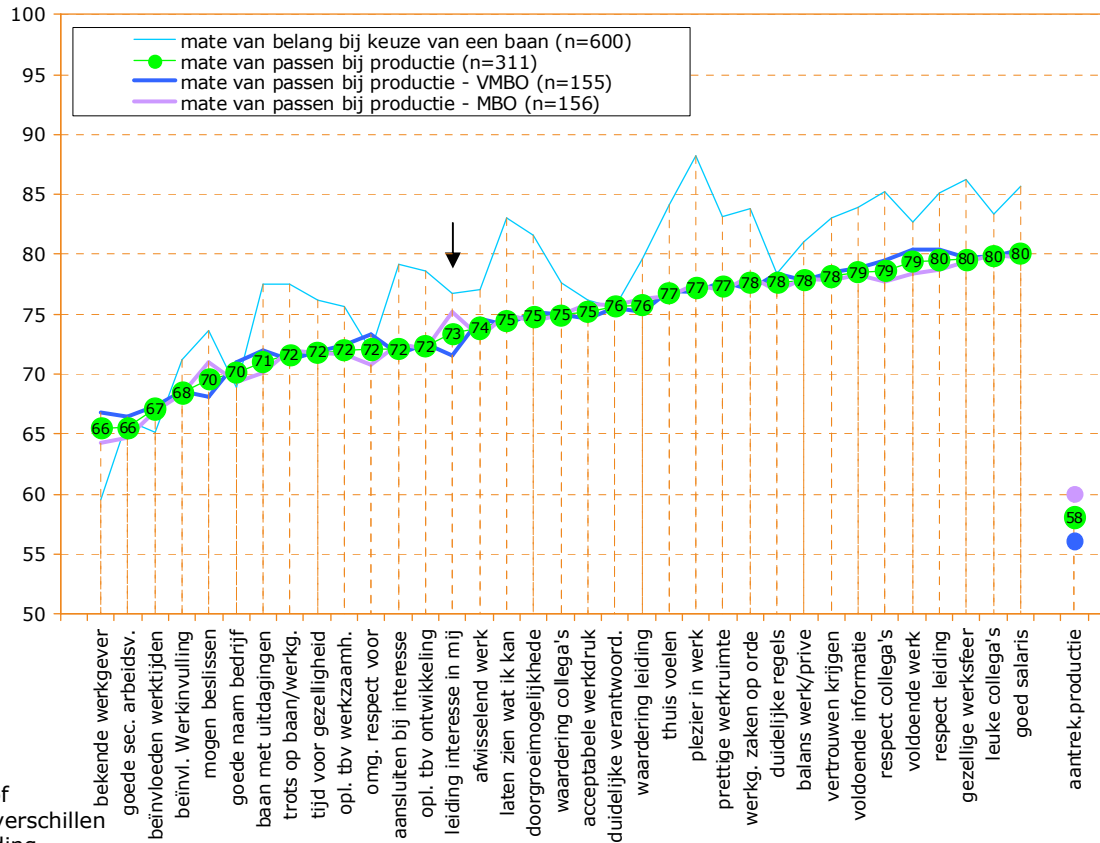
Mate van passen aspecten van belang bij productie en logistiek
 In gemiddelden op een schaal van 1 tot en met 100 , vragen: A1, B1
 Basis: totaalgroep, herwogen



Beeld productie op aspecten

Het beeld van werken in de productie verschilt nauwelijks tussen MBO-ers en VMBO-ers: zij vinden een goed salaris, leuke collega's, een goede werksfeer, respect krijgen en voldoende werk hebben vooral bij werken in de productie passen. Banen in de productie zijn niet echt aantrekkelijk.

Mate waarin aspecten passen bij werken in de productie
 In gemiddelden op een schaal van 1 tot en met 100, vragen: A1, B1, B2
 Basis: subgroepen, herwogen



↓ Indicatieve of significante verschillen tussen opleiding

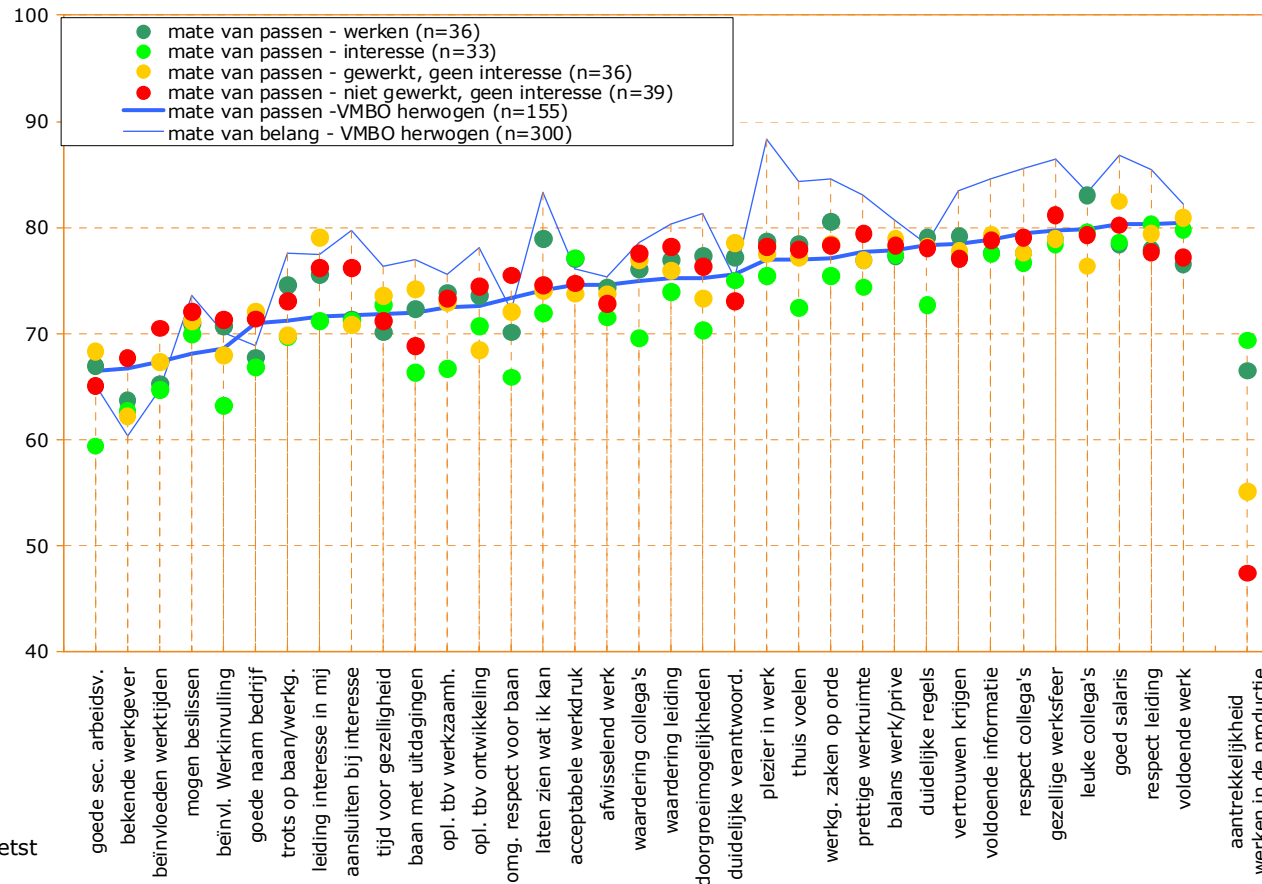
Beeld productie op aspecten

De steekproeven van de verschillende VMBO-doelgroepen zijn te klein om harde uitspraken te kunnen doen, maar het lijkt erop dat VMBO-ers die interesse hebben in werken in de productie op een aantal aspecten een minder positief hebben beeld van werken in de productie.

Mate waarin aspecten passen bij werken in de productie – VMBO per doelgroep

In gemiddelden op een schaal van 1 tot en met 100, vragen: A1, B1, B2

Basis: subgroepen ongewogen



Vanwege kleine steekproefgrootte per subgroep is er niet getoetst op verschillen

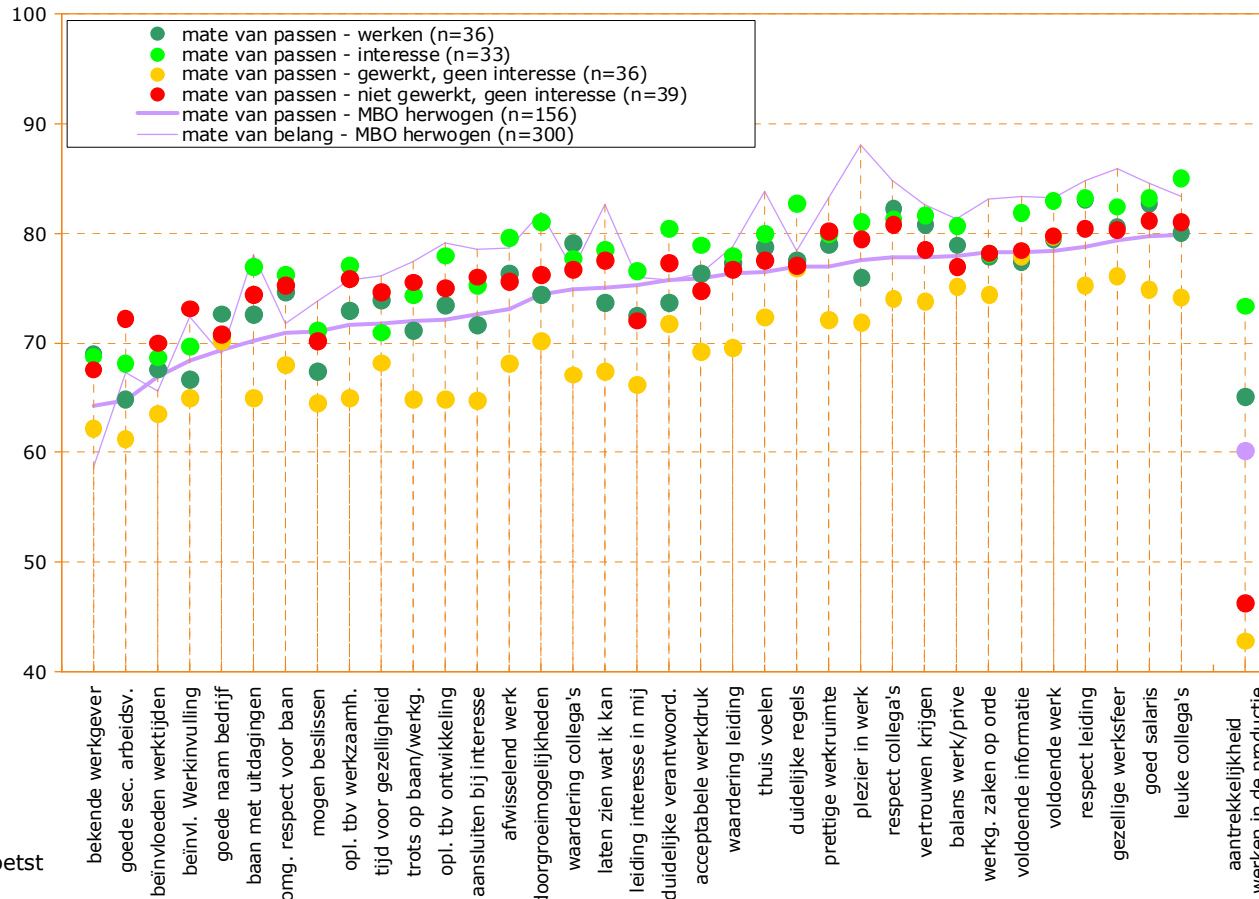
Beeld productie op aspecten

Ook bij de MBO-doelgroepen zijn de steekproeven te klein om harde uitspraken te kunnen doen, maar het lijkt er op dat MBO-ers die gewerkt hebben in de productie en dit niet meer willen, een negatiever beeld van deze branche hebben dan andere MBO-ers.

Mate waarin aspecten passen bij werken in de productie –MBO per doelgroep

In gemiddelden op een schaal van 1 tot en met 100 , vragen: A1, B1, B2

Basis: subgroepen ongewogen

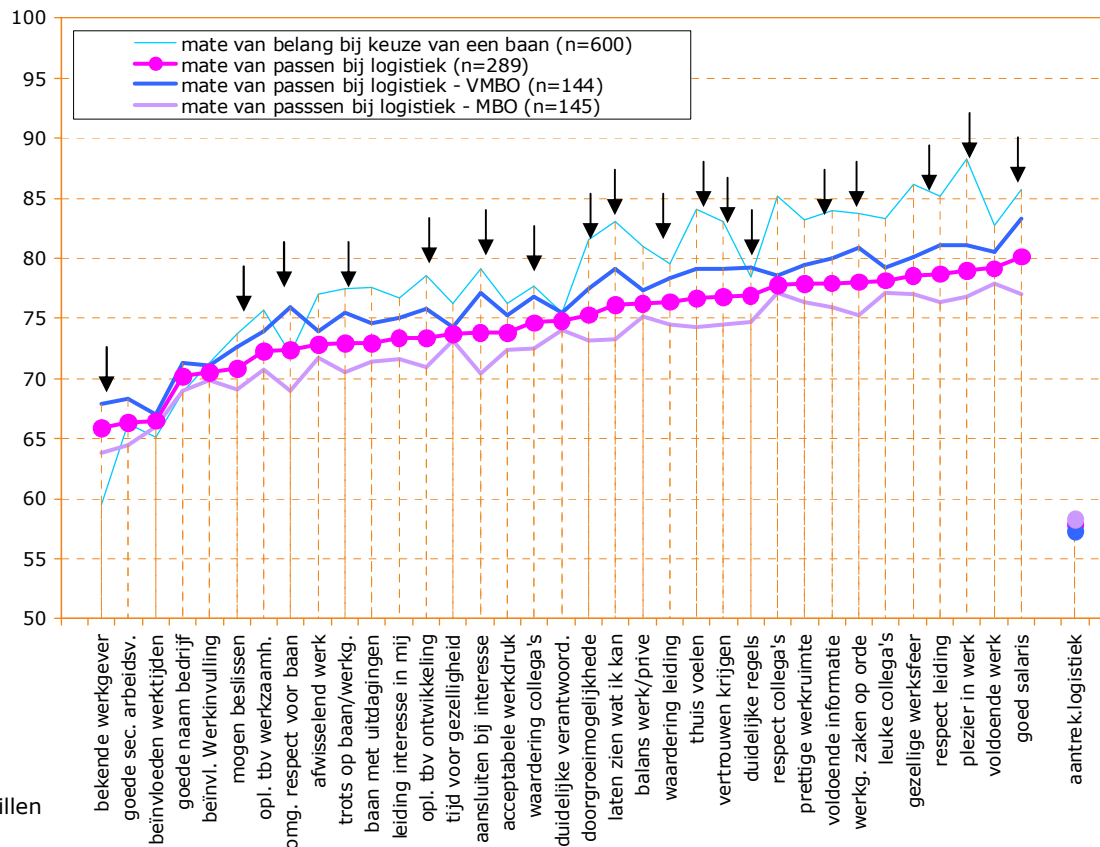


Vanwege kleine steekproefgrootte per subgroep is er niet getoetst op verschillen

Beeld logistiek op aspecten

Het beeld van werken in de logistiek is overall iets positiever onder VMBO-ers dan onder MBO-ers. De aantrekkelijkheid van de logistiek als branche om in te werken verschilt echter niet tussen VMBO-ers en MBO-ers: de aantrekkelijkheid is zeer matig.

Mate waarin aspecten passen bij werken in de logistiek
 In gemiddelden op een schaal van 1 tot en met 100 , vragen: A1, B1, B2
 Basis: subgroepen, herwogen



↓ Indicatieve of
significante verschillen
tussen opleiding

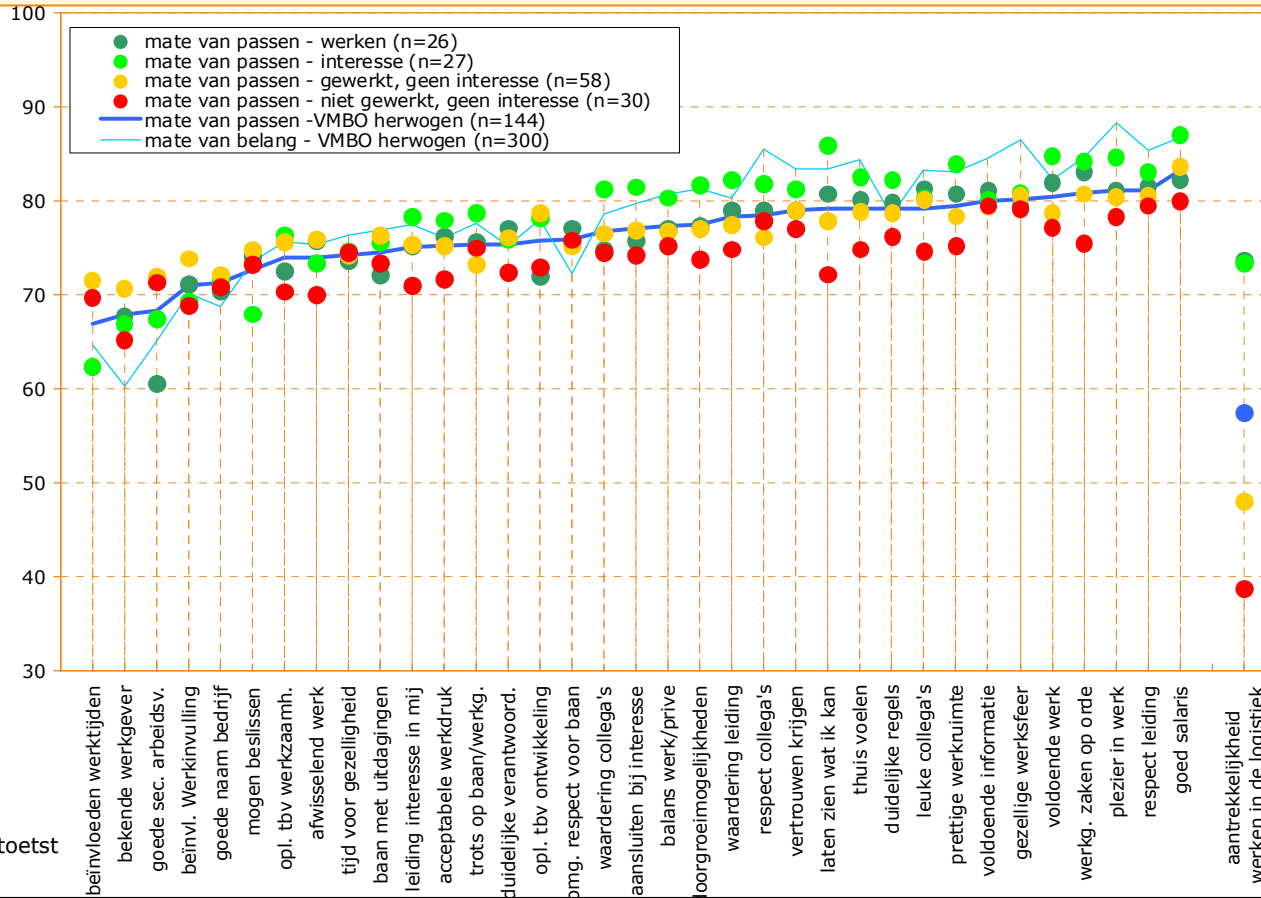
Beeld logistiek op aspecten

De steekproeven naar VMBO-doelgroepen zijn te klein om harde uitspraken te kunnen doen, maar VMBO-ers die willen werken in de logistiek lijken een iets positiever beeld van werken in de logistiek te hebben bijvoorbeeld als het gaat om aansluiting bij de persoonlijke interesses, de mogelijkheid om te laten zien wat men kan en de ontvangen waardering.

Mate waarin aspecten passen bij werken in de logistiek – VMBO per doelgroep

In gemiddelden op een schaal van 1 tot en met 100 , vragen: A1, B1, B2

Basis: subgroepen ongewogen



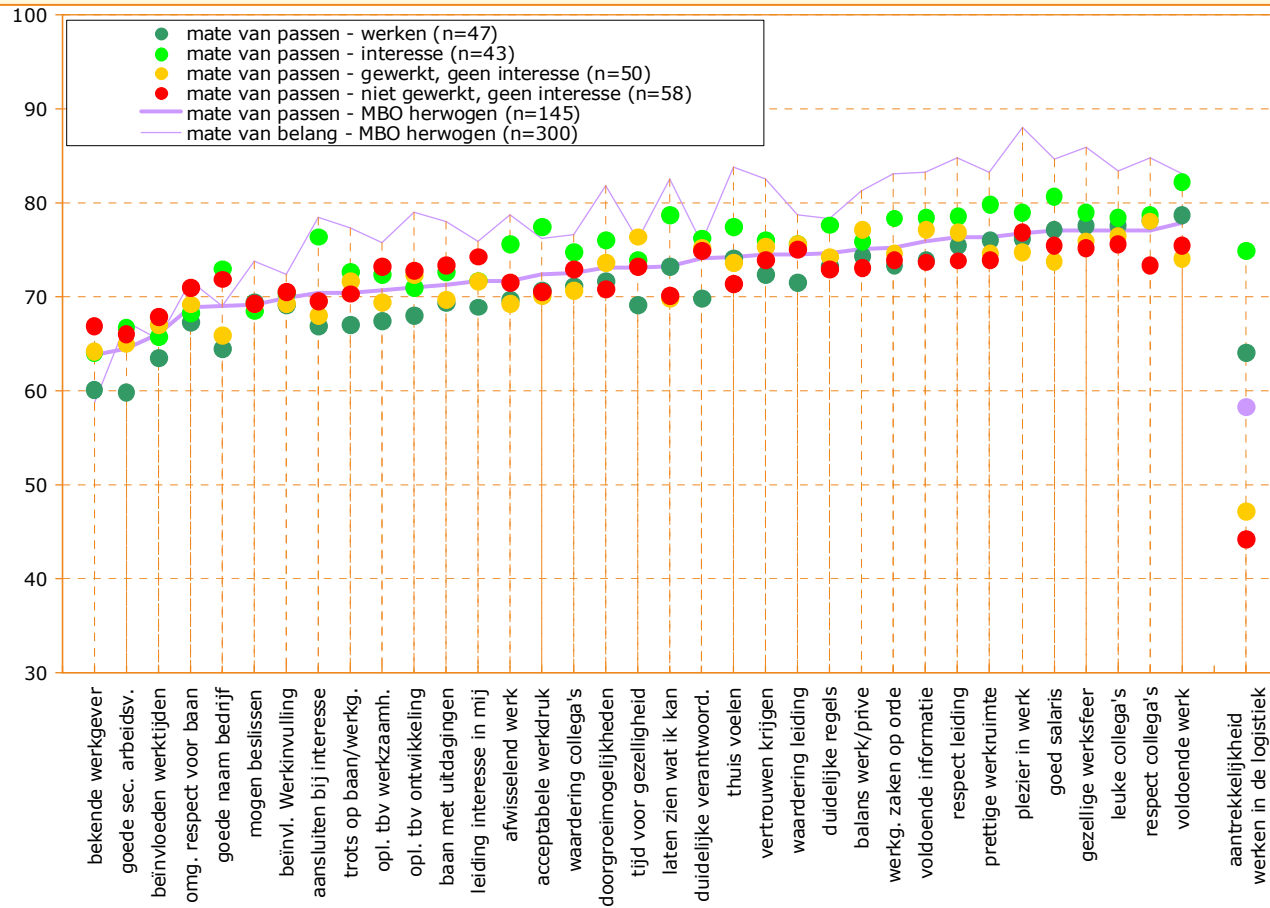
Vanwege kleine steekproefgrootte per subgroep is er niet getoetst op verschillen

Beeld logistiek op aspecten

Tot slot: ook MBO-ers met interesse in de productie en logistiek lijken op een aantal aspecten een positiever beeld van werken in de logistiek te hebben dan andere doelgroepen (let op: ook hier zijn vanwege de kleine steekproefgrootte per subgroep geen harde uitspraken te doen).

Mate waarin aspecten passen bij werken in de logistiek –MBO per doelgroep

In gemiddelden op een schaal van 1 tot en met 100 , vragen: A1, A2
Basis: subgroepen ongewogen



Vanwege kleine steekproefgrootte per subgroep is er niet getoetst op verschillen

Y-factor



IPM KidWise
onderdeel van Panteia

Y-factor

Aantrekkelijkheid van de productie en logistiek om in te werken

- Op basis van de aantrekkelijkheid-scores die zijn gegeven aan werken in de productie of logistiek (zie vorige paragraaf) kan geconcludeerd worden dat de productie/logistiek geen grote aantrekkingskracht heeft op jongeren (en dus bevestigen deze resultaten de uitkomsten van het kwalitatieve deel van dit onderzoek).
- Om te achterhalen welke aspecten bijdragen aan de aantrekkelijkheid van een baan en meer specifiek welke bijdragen aan de aantrekkelijkheid van werken in de productie en logistiek hebben we de relatie (samenhang) tussen het oordeel op de beeldaspecten en de aantrekkelijkheid van de betreffende branches achterhaald. Dus welke aspecten hangen meer dan gemiddeld samen met de aantrekkelijkheid van de branche en welke minder dan gemiddeld: dit geeft een indicatie van aspecten die op dit moment kunnen bijdragen aan de aantrekkelijkheid van werken (in een specifieke branche).
- Er is eerst gekeken naar welke aspecten bijdragen aan de aantrekkelijkheid voor de totale groep en over beide branches heen: dit geeft inzicht in de aspecten die in staat zijn een branche aantrekkelijk te maken (satisfiers), en welke aspecten meer als basisvoorwaarden worden beschouwd (dissatisfiers). Zie de volgende bladzijde.
- Vervolgens is gekeken naar welke aspecten bijdragen aan de aantrekkelijkheid van werken in de productie en logistiek voor jongeren die nu werken in de productie of logistiek en voor jongeren die interesse hebben in werken in de productie en/of logistiek.

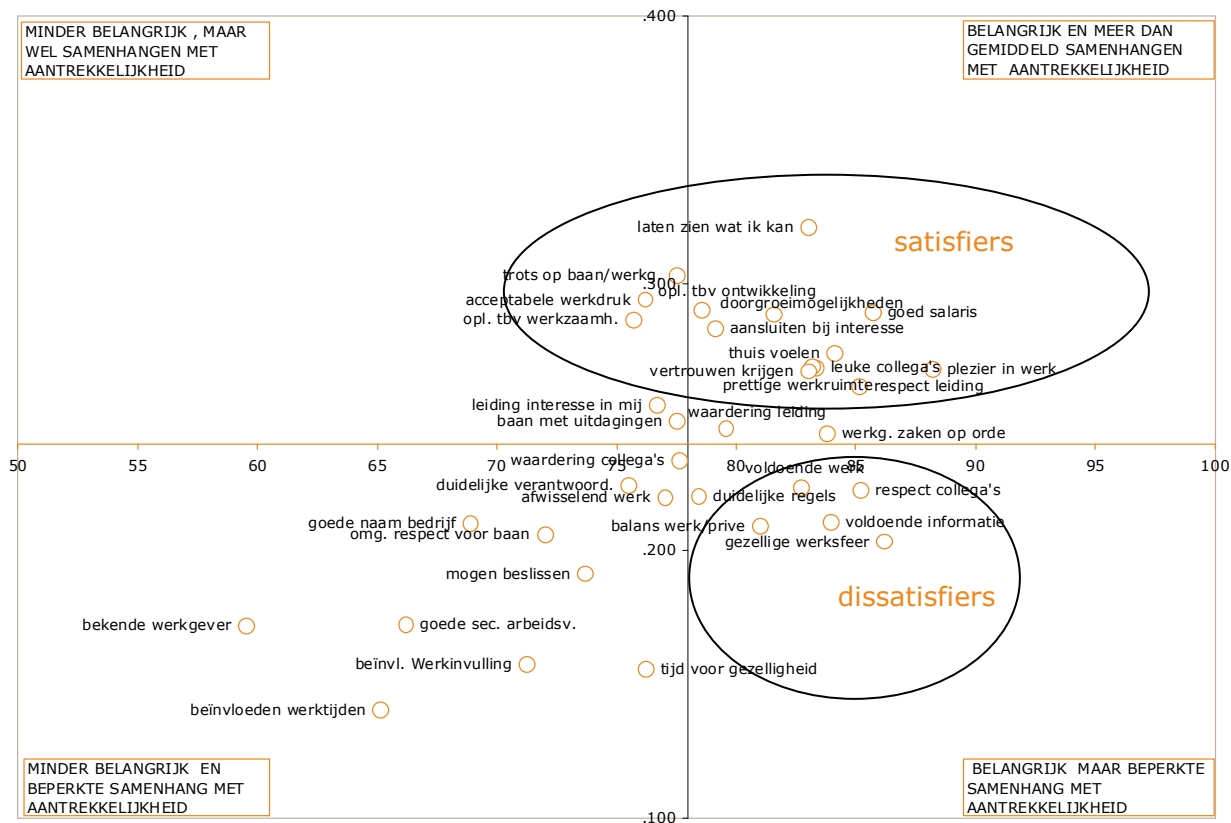
Y-factor

Vooral banen die aansluiten bij de persoonlijke interesses, waarin jongeren de mogelijkheid hebben om te laten zien wat ze kunnen, die opleidings- en doorgroeimogelijkheden bieden, die een goed salaris bieden en waarin jongeren zich prettig voelen (respect, leuke collega's, prettige werkruimte) zijn aantrekkelijk.

Aspecten die bijdragen aan de aantrekkelijkheid van werken in de productie of logistiek

Correlaties (schaal: 0-1) en belang (schaal 1-100) , vragen: A1, B1, B2

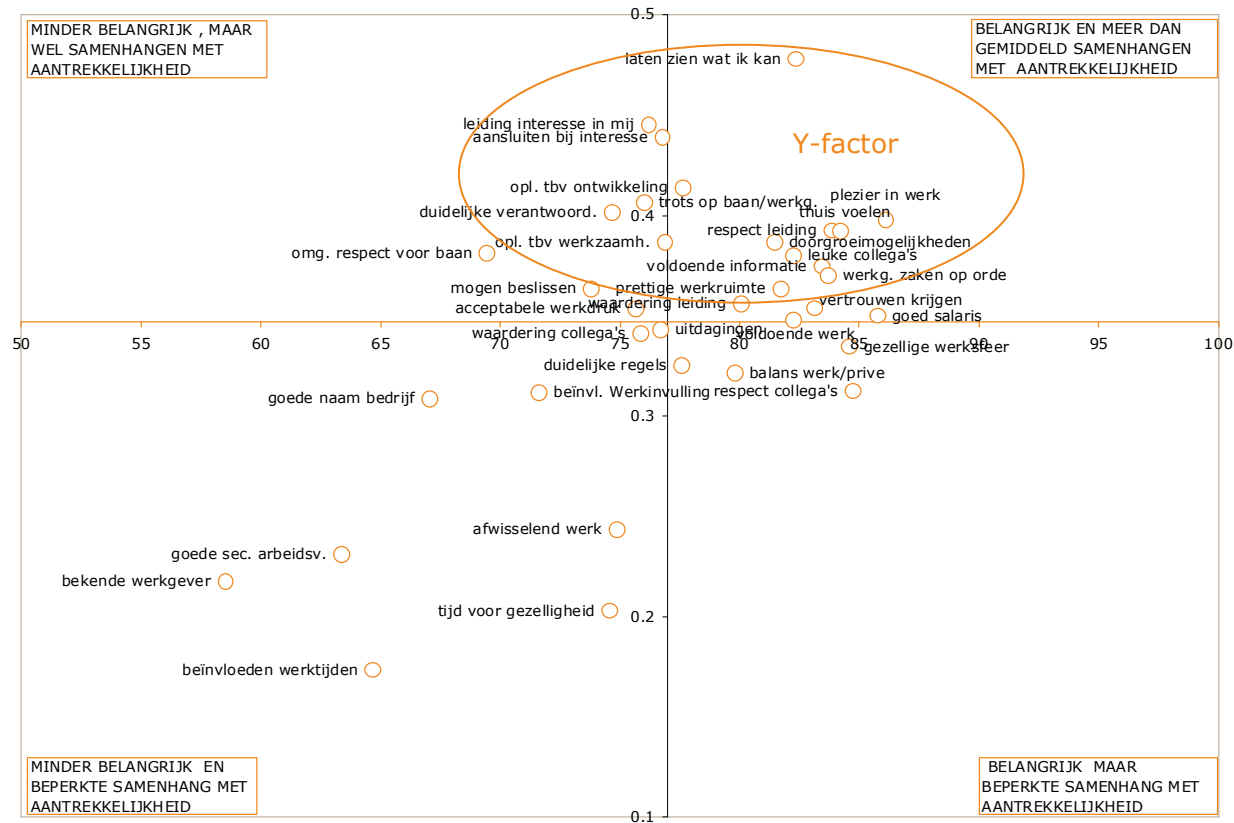
Basis: totaalgroep herwogen



Y-factor

De Y-factor voor werkenden is vooral het hebben van werk waarin ze kunnen laten zien wat ze kunnen, dat aansluit bij de persoonlijke interesses, waar jongeren trots op kunnen zijn en waarin zij zich thuis voelen (respect, interesse, leuke collega's) en zij zich verder in kunnen ontwikkelen.

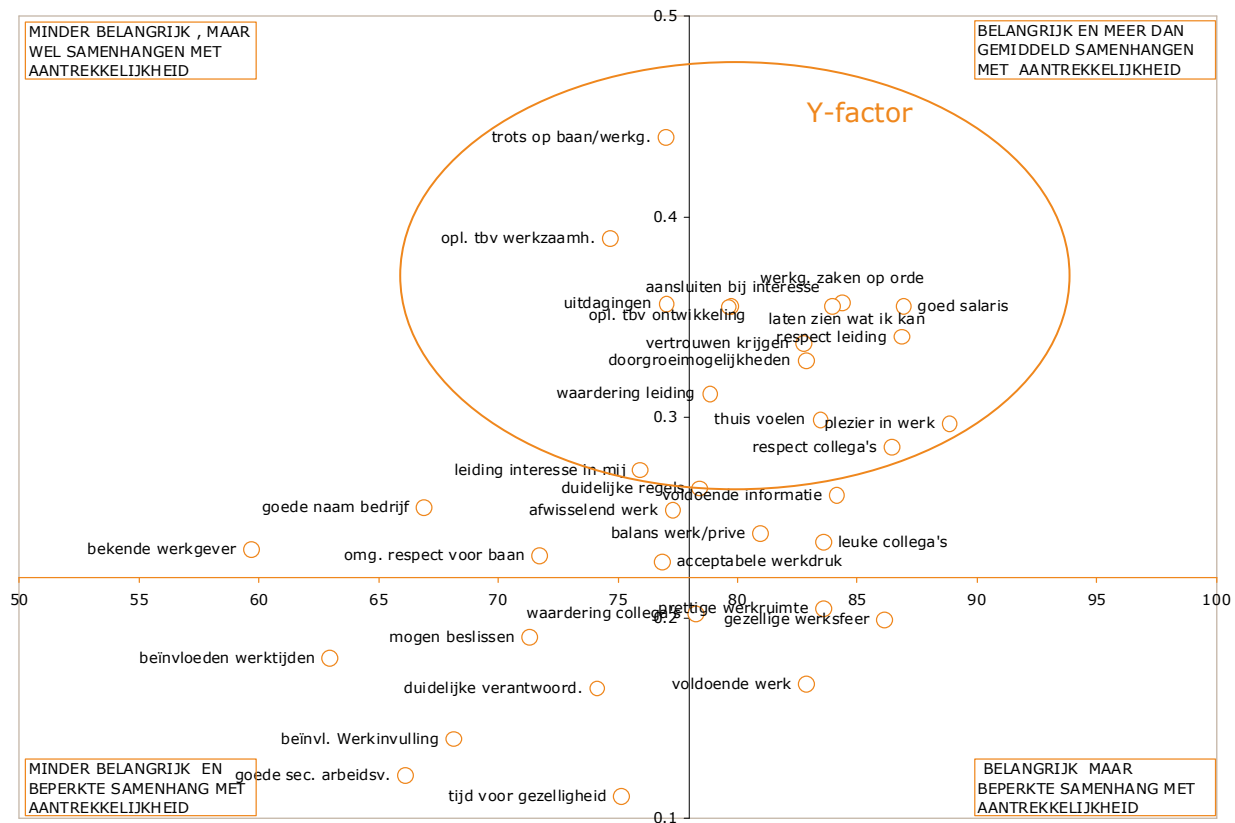
Aspecten die bijdragen aan de aantrekkelijkheid van werken in de productie en logistiek –Werkenden in de productie en logistiek
 Correlaties (schaal: 0-1) en belang (schaal 1-100) , vragen: A1, B1, B2
 Basis: subgroep werkenden in de productie of logistiek herwogen



Y-factor

De Y-factor van een baan in de logistiek of productie is voor geïnteresseerden dat ze trots op hun baan/werkgever kunnen zijn, dat ze de mogelijkheid hebben om zich verder te ontwikkelen, dat het werk aansluit bij de persoonlijke interesses, dat ze erin kunnen laten zien wat ze kunnen en dat ze waardering en respect krijgen voor het uitgevoerde werk.

Aspecten die bijdragen aan de aantrekkelijkheid van werken in de productie en logistiek –Geïnteresseerden
 Correlaties (schaal: 0-1) en belang (schaal 1-100) , vragen: A1, B1, B2
 Basis: subgroep geïnteresseerden in de productie of logistiek herwogen



Achtergrond deelnemers onderzoek



IPM KidWise
onderdeel van Panteia

Achtergrond deelnemers

De helft van de VMBO jongeren die interesse hebben in de productie en logistiek hebben op dit moment geen baan. Het lijkt er op dat de productie en logistiek vooral jongeren trekt die geen baan hebben.

Vakgebieden werkzaam, interesse in en niet in aanmerking komen – indien hoogste opleiding VMBO

In %, vragen: S6 t/mS8

Basis: per subgroep, respondenten met hoogste opleiding VMBO

Vakgebieden waarbinnen nu werkzaam							
Werken in logistiek/productie		Interesse in logistiek/productie		Gewerkt, geen interesse in logistiek/productie		Niet gewerkt, geen interesse in logistiek/productie	
Productie	65%	Schoonmaak	10%	Techniek	14%	Schoonmaak	22%
Logistiek	48%	Techniek	10%	Horeca/catering	13%	Horeca/catering	14%
Schoonmaak	18%	Commercieel/verkoop	8%	Schoonmaak	8%	Commercieel/verkoop	12%
Horeca/catering	13%	Bouw	6%	Administratie	6%	Zorg/verpleging	8%
Techniek	13%	Horeca/catering	6%	Callcenter/contactcenter	6%	Callcenter/contactcenter	5%
Geen werk of bijbaantje	0%	Geen werk of bijbaantje	52%	Commercieel/verkoop	6%	Geen werk of bijbaantje	32%
Interesse in vakgebieden							
Productie	45%	Productie	75%	Commercieel/verkoop	27%	Horeca/catering	30%
Logistiek	34%	Logistiek	53%	Techniek	23%	Zorg/verpleging	30%
Techniek	26%	Schoonmaak	43%	Horeca/catering	20%	Administratie	23%
Beveiliging	24%	Techniek	38%	ICT	20%	Schoonmaak	23%
Horeca/catering	18%	Bouw	33%	Administratie	19%	Commercieel/verkoop	22%
Schoonmaak	18%						
Vakgebieden niet in aanmerking							
Medisch	66%	Medisch	55%	Bouw	52%	Bouw	68%
Callcenter/contactcenter	61%	Callcenter/contactcenter	53%	Medisch	50%	Techniek	62%
Juridisch	56%	Administratie	52%	Onderwijs	47%	ICT	58%
Zorg/verpleging	50%	Financieel	52%	Callcenter/contactcenter	45%	Juridisch	52%
Bouw	47%	ICT	52%	Zorg/verpleging	45%	Logistiek	51%

Resultaten Fase 2

Ook onder MBO-jongeren zijn geïnteresseerden in de productie en logistiek vooral jongeren die op dit moment geen baan hebben.

Vakgebieden werkzaam, interesse in en niet in aanmerking komen – indien hoogste opleiding MBO

In %, vragen: S6 t/mS8

Basis: per subgroep, respondenten met hoogste opleiding MBO

Vakgebieden waarbinnen nu werkzaam							
Werken in logistiek/productie		Interesse in logistiek/productie		Gewerkt, geen interesse		Niet gewerkt, geen interesse	
Productie	57%	Administratie	7%	Administratie	13%	Schoonmaak	15%
Logistiek	55%	Bouw	6%	Commercieel/verkoop	13%	Administratie	14%
Administratie	11%	Horeca/catering	4%	Schoonmaak	12%	Commercieel/verkoop	9%
Techniek	10%	Schoonmaak	4%	Financieel	10%	Horeca/catering	9%
				Horeca/catering	10%	Zorg/verpleging	8%
Geen werk of bijbaantje	0%	Geen werk of bijbaantje	54%	Geen werk of bijbaantje	15%	Geen werk of bijbaantje	23%
Interesse in vakgebieden							
Logistiek	42%	Productie	69%	Administratie	28%	Administratie	42%
Productie	30%	Logistiek	56%	Zorg/verpleging	23%	Secretarieel	24%
Administratie	28%	Schoonmaak	35%	Commercieel/verkoop	20%	Horeca/catering	21%
Techniek	24%	Horeca/catering	33%	Marketing/communicatie	19%	Zorg/verpleging	20%
ICT	20%	Administratie	29%	Horeca/catering	17%	Callcenter/contactcenter	19%
		Commercieel/verkoop	28%	Personeel en organisatie	17%		
Vakgebieden niet in aanmerking							
Callcenter/contactcenter	57%	Bouw	53%	Bouw	64%	Bouw	75%
Juridisch	51%	Callcenter/contactcenter	50%	Techniek	49%	Techniek	64%
Medisch	48%	Juridisch	49%	ICT	48%	Beveiliging	62%
Schoonmaak	46%	Financieel	44%	Callcenter/contactcenter	44%	ICT	55%
Bouw	45%	ICT	41%	Medisch	43%	Logistiek	48%