

**Bijlage A bij Kamerbrief Voortgang Actieplan Werving & Behoud van 15 oktober 2008**

**Onderwerp: Uitval belangstellenden**



Projectnummer: P4047

Kenmerk: JVI/MG/3299394

© Auteursrecht voorbehouden, niets uit dit rapport mag worden verveelvoudigd en/of openbaargemaakt door middel van druk, fotokopie, digitale verwerking of anderszins, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van onderstaande organisatie.

Dit onderzoek is uitgevoerd door Ruigrok | NetPanel, in opdracht van Dienst Publiek en Communicatie, ten behoeve van het Ministerie van Defensie.

MONITOR  
ARBEIDSMARKT-  
COMMUNICATIE  
DEFENSIE

-

AANMELDINGSPROCES  
KONINKLIJKE  
LANDMACHT,  
KONINKLIJKE  
LUCHTMACHT EN  
KONINKLIJKE MARINE

Auteurs:  
drs. Kjell Massen  
drs. Martijn van der Veen

Projectnummer: P4047  
Kenmerk: JVI/MG/3299394

© Auteursrecht voorbehouden, niets uit dit rapport mag worden verveelvoudigd en/of openbaargemaakt door middel van druk, fotokopie, digitale verwerking of anderszins, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van onderstaande organisatie.

Dit onderzoek is uitgevoerd door Ruigrok | NetPanel, in opdracht van Dienst Publiek en Communicatie, ten behoeve van het Ministerie van Defensie.



# I N H O U D

▪ 1	INLEIDING	4
▪ 2	ONDERZOEKSOPZET	6
	2.1	Methode van onderzoek 6
	2.2	Respondenten 6
	2.3	Vragenlijst 10
	2.4	Uitvoering 10
▪ 3	RESULTATEN ALGEMEEN	11
	3.1	Huidige situatie op de arbeidsmarkt 11
	3.2	De doelgroep op de arbeidsmarkt 12
	3.3	Influentials 17
▪ 4	RESULTATEN KONINKLIJKE LANDMACHT	19
	4.1	Aantrekkelijkheid als werkgever 19
	4.2	Berichten in de media 21
	4.3	Aanmeld- en sollicitatieproces 23
	4.4	Conclusies en aanbevelingen 28
▪ 5	RESULTATEN KONINKLIJKE LUCHTMACHT	30
	5.1	Aantrekkelijkheid als werkgever 30
	5.2	Berichten in de media 32
	5.3	Aanmeld- en sollicitatie proces 34
	5.4	Conclusies en aanbevelingen 40
▪ 6	RESULTATEN KONINKLIJKE MARINE	42
	6.1	Aantrekkelijkheid als werkgever 42
	6.2	Berichten in de media 44
	6.3	Aanmeld- en sollicitatie proces 46
	6.4	Conclusies en aanbevelingen 51



# 1 I N L E I D I N G

## **Achtergrond**

De Koninklijke Landmacht, Luchtmacht en Marine streven ernaar om haar personeelsbestanden afspiegeling te laten zijn van de Nederlandse samenleving. Zij vinden het daarom van belang om zich te positioneren als aantrekkelijke werkgever voor verschillende doelgroepen.

Om input te verzamelen voor het bepalen van de communicatiestrategie in de toekomst, hebben de Koninklijke Landmacht, Luchtmacht en Marine een doelgroeponderzoek laten uitvoeren. Het onderzoek moet onder andere inzicht geven in:

- De invloed van de vredesmissies (Uruzgan) op de aantrekkelijkheid van Defensie als werkgever;
- Het aanmeld- en sollicitatieproces.

In dit rapport wordt hierover verslag gedaan.

## **Indeling van het rapport**

Het rapport is als volgt opgebouwd. Na de inleiding bespreken we in hoofdstuk 2 de opzet van het onderzoek. In hoofdstuk 3 wordt ingegaan op de huidige situatie op de arbeidsmarkt, de positie van de doelgroep op de arbeidsmarkt en de mate waarin de doelgroep zich laat beïnvloeden met betrekking tot hun keuze voor opleiding of baan. In de drie hoofdstukken daarna wordt per defensieonderdeel ingegaan op de aantrekkelijkheid van het defensieonderdeel als werkgever, de invloed van berichten in de media op het imago en de beleving en waardering van het aanmeld- en sollicitatieproces.

In het resultaatendeel richten we ons voornamelijk op de primaire doelgroep van de Koninklijke Landmacht, Luchtmacht en Marine: jongeren die nog een opleiding volgen. Wanneer relevant worden ook afwijkende resultaten van werkende mbo-ers met minimaal een jaar werkervaring vermeld. Resultaten van de influentials (ouders, decanen en algemeen publiek) zetten we (waar mogelijk) af tegen de resultaten van de primaire doelgroep.



### *Vergelijking subgroepen*

Wanneer er relevante significante verschillen<sup>1</sup> zijn tussen de verschillende subgroepen (geslacht en doelgroep) maken we hier in het rapport melding van. Indien niets vermeld wordt over eventuele verschillen tussen subgroepen, dan betekent dit dat de resultaten van de betreffende subgroepen niet significant van elkaar afwijken.

---

<sup>1</sup> Hiervoor zijn verschillende significantietoetsen toegepast (afhankelijk van meetniveau van de variabele): chikwadraattoets, t-toets, anova met post-hoc test. Significant betekent: niet op toeval berustend.



## 2 O N D E R Z O E K S O P Z E T

### **2.1 Methode van onderzoek**

Gezien de jonge doelgroep en de toegang die deze doelgroep heeft tot het internet, is gekozen voor online kwantitatief onderzoek.

Online onderzoek is een snelle en betrouwbare manier van kwantitatieve dataverzameling. Met online onderzoek zijn in korte tijd veel respondenten te bereiken, waarna de onderzoeksgegevens direct in bestandvorm beschikbaar zijn. Voor de respondenten is een online vragenlijst een aantrekkelijke manier om mee te werken aan een onderzoek. Respondenten kunnen de vragenlijst invullen wanneer het hen goed uitkomt. Door middel van een routing krijgen respondenten alleen die vragen te zien die voor hen bedoeld zijn. Samen met een duidelijke lay-out zorgt dit voor een gebruiksvriendelijke vragenlijst.

### **2.2 Respondenten**

De doelgroep voor dit onderzoek bestaat uit een aantal subgroepen. Enerzijds jongeren waar de campagnes van de defensieonderdelen zich primair op richten. Anderzijds personen die invloed hebben op de carrièrekeuze van jongeren, zoals decanen en mentoren (zakelijke influentials) en ouders, vrienden en bekenden (sociale influentials). Binnen de groep jongeren ligt de nadruk op jongeren die nog een opleiding volgen. Omdat jongeren met een MBO opleiding die al werkervaring hebben ook interessant zijn voor de defensieonderdelen, zijn deze ook meegenomen in de steekproef:

#### **Jongeren**

- Jongeren van 13-24 jaar met verschillende opleidingsniveaus (VMBO tot WO)
- Jongeren van 20-30 jaar, met een MBO opleiding (algemeen) op niveau 3 of 4 en minimaal 1 jaar werkervaring

#### **Beïnvloeders**

- Ouders met kinderen in de leeftijd 13-18 jaar
- Algemeen publiek
- Decanen/mentoren van leerlingen tussen 13-18 jaar

Om inzicht te krijgen in het aanmelding- en sollicitatieproces van de Koninklijke Landmacht, Luchtmacht en Marine zijn in het onderzoek ook jongeren die zich aangemeld hebben voor bijvoorbeeld een voorlichtingsbijeenkomst of open dag, jongeren die een voorlichtingsbijeenkomst bezocht hebben, jongeren die gesolliciteerd hebben en werknemers van de defensieonderdelen met maximaal 1 jaar werkervaring meegenomen (onderdeel 2).



Omdat het onderzoek is uitgevoerd voor alle drie de defensieonderdelen bestaat de steekproef van de jongeren en beïnvloeders uit twee delen: een algemeen deel voor alle defensieonderdelen samen en een specifiek deel voor de afzonderlijke defensieonderdelen. Algemene vragen zijn aan alle deelnemers aan het onderzoek voorgelegd, specifieke vragen over afzonderlijke defensieonderdelen zijn aan slechts een deel van de deelnemers aan het onderzoek voorgelegd (deelnemers werden random aan een defensieonderdeel toegewezen).

### Steekproef onderdeel 1

In onderstaande figuren worden de totale steekproef (figuur 2.2.1) en de specifieke steekproef voor de Koninklijke Landmacht (figuur 2.2.2), Luchtmacht (figuur 2.2.3) en Marine (figuur 2.2.4) voor onderdeel 1 van het onderzoek weergegeven. Daarnaast geven de schema's de nagestreefde respons weer.

**Figuur 2.2.1: Totale steekproef**

<b>Totale steekproef</b>		<b>Gewenst</b>	<b>Gerealiseerd</b>
<b>Jongeren</b> 13 t/m 24 jaar die nog een opleiding volgen en in de laatste twee jaar van hun opleiding zitten		1.950	1.763 <sup>1</sup>
<i>Geslacht</i>	Man	975	834
	Vrouwen	975	929
<i>Opleidingsniveau</i>	Vmbo	450	332
	Mbo	600	481
	Havo/vwo	450	508
	Hbo/wo	452	428
<i>Etniciteit</i>	Westers	1.560	1.574
	Niet-westers	390	189
<b>Werkende mbo-ers</b> 20 t/m 30 jaar met minimaal een jaar werkervaring		450	577
<b>Ouders</b> van jongeren 13 t/m 24 jaar die nog een opleiding volgen en in de laatste twee jaar van hun opleiding zitten		150	288
<b>Algemeen publiek</b>		150	684
<b>Decanen</b>		150	227

<sup>1</sup> In de opzet van het onderzoek is uitgegaan van een quota-steekproef. Tijdens de datacollectie bleken de quota's niet verhouding te staan met de werkelijke verdeling in de populatie. Hierdoor is de gewenste respons niet gerealiseerd. In de steekproef ontbreken met name vmbo-scholieren en mbo-studenten (niveau 3 en 4) met een opleiding anders dan techniek of gezondheidszorg. Deze groepen zijn echter voldoende groot om hier uitspraken over te doen.



**Figuur 2.2.2: Steekproef specifiek voor de Koninklijke Landmacht**

<b>Steekproef specifiek voor Koninklijke Landmacht</b>		<b>Gewenst</b>	<b>Gerealiseerd</b>
<b>Jongeren</b> 13 t/m 24 jaar die nog een opleiding volgen en in de laatste twee jaar van hun opleiding zitten		650	582
<i>Geslacht</i>	Man	325	286
	Vrouwen	325	296
<i>Opleidingsniveau</i>	Vmbo	150	112
	Mbo	200	149
	Havo/vwo	150	170
	Hbo/wo	151	144
<i>Etniciteit</i>	Westers	520	517
	Niet-westers	130	65
<b>Werkende mbo-ers</b> 20 t/m 30 jaar met minimaal een jaar werkervaring		150	194
<b>Ouders</b> van jongeren 13 t/m 24 jaar die nog een opleiding volgen en in de laatste twee jaar van hun opleiding zitten		50	98
<b>Algemeen publiek</b>		50	240
<b>Decanen</b>		50	79

**Figuur 2.2.3: Steekproef specifiek voor de Koninklijke Luchtmacht**

<b>Steekproef specifiek voor Koninklijke Luchtmacht</b>		<b>Gewenst</b>	<b>Gerealiseerd</b>
<b>Jongeren</b> 13 t/m 24 jaar die nog een opleiding volgen en in de laatste twee jaar van hun opleiding zitten		650	595
<i>Geslacht</i>	Man	325	277
	Vrouwen	325	318
<i>Opleidingsniveau</i>	Vmbo	150	109
	Mbo	200	174
	Havo/vwo	150	165
	Hbo/wo	151	143
<i>Etniciteit</i>	Westers	520	528
	Niet-westers	130	67
<b>Mbo-ers</b> 20 t/m 30 jaar met minimaal een jaar werkervaring		150	191
<b>Ouders</b> van jongeren 13 t/m 24 jaar die nog een opleiding volgen en in de laatste twee jaar van hun opleiding zitten		50	89
<b>Algemeen publiek</b>		50	216
<b>Decanen</b>		50	76





**Figuur 2.2.4: Steekproef specifiek voor de Koninklijke Marine**

<b>Steekproef specifiek voor Koninklijke Marine</b>		<b>Gewenst</b>	<b>Gerealiseerd</b>
<b>Jongeren</b> 13 t/m 24 jaar die nog een opleiding volgen en in de laatste twee jaar van hun opleiding zitten		650	586
<i>Geslacht</i>	Man	325	271
	Vrouwen	325	315
<i>Opleidingsniveau</i>	Vmbo	150	111
	Mbo	200	158
	Havo/vwo	150	173
	Hbo/wo	151	141
<i>Etniciteit</i>	Westers	520	523
	Niet-westers	130	62
<b>Mbo-ers</b> 20 t/m 30 jaar met minimaal een jaar werkervaring		150	192
<b>Ouders</b> van jongeren 13 t/m 24 jaar die nog een opleiding volgen en in de laatste twee jaar van hun opleiding zitten		50	94
<b>Algemeen publiek</b>		50	72
<b>Decanen</b>		50	228

## **Steekproef onderdeel 2**

In onderstaande figuren wordt de steekproef voor de Koninklijke Landmacht (figuur 2.2.5), Luchtmacht (figuur 2.2.6) en Marine (figuur 2.2.7) voor onderdeel 2 weergegeven.

**Figuur 2.2.5: Steekproef aanmeld- en sollicitatieproces Koninklijke Landmacht**

<b>Steekproef aanmeld- en sollicitatieproces Koninklijke Landmacht</b>		
	<b>Gewenst</b>	<b>Gerealiseerd</b>
Uitgenodigd voor voorlichtingsbijeenkomst, maar niet gekomen	100	34 <sup>2</sup>
Voorlichtingsbijeenkomst bezocht daarna afgehaakt	100	132
Gesolliciteerd en nog in sollicitatieproces	50	395
Gesolliciteerd maar zelf afgehaakt	50	71
<b>Werknemers met maximaal 1 jaar werkervaring</b>	100	43 <sup>3</sup>

<sup>2</sup> Onder deze doelgroep bleek de bereidheid om deel te nemen kleiner dan verwacht.

<sup>3</sup> Het bestand werknemers bevatte relatief veel werknemers die al langer dan een jaar in dienst waren. Daarnaast hadden werknemers problemen om de online vragenlijst te openen op het interne, beveiligde netwerk van Defensie.



**Figuur 2.2.6: Steekproef aanmeld- en sollicitatieproces Koninklijke Luchtmacht**

<b>Steekproef aanmeld- en sollicitatieproces Koninklijke Luchtmacht</b>		
	<b>Gewenst</b>	<b>Gerealiseerd</b>
Uitgenodigd voor voorlichtingsbijeenkomst, maar niet gekomen	100	77 <sup>2</sup>
Voorlichtingsbijeenkomst bezocht daarna afgehaakt	100	180
Gesolliciteerd en nog in sollicitatieproces	50	235
Gesolliciteerd maar zelf afgehaakt	50	44
Werknemers met maximaal 1 jaar werkervaring	100	122

<sup>2</sup> Onder deze doelgroep bleek de bereidheid om deel te nemen kleiner dan verwacht.

**Figuur 2.2.7: Steekproef aanmeld- en sollicitatieproces Koninklijke Marine**

<b>Steekproef aanmeld- en sollicitatieproces</b>		
	<b>Gewenst</b>	<b>Gerealiseerd</b>
Uitgenodigd voor voorlichtingsbijeenkomst, maar niet gekomen	100	25 <sup>2</sup>
Voorlichtingsbijeenkomst bezocht daarna afgehaakt	100	142
Gesolliciteerd en nog in sollicitatieproces	50	236
Gesolliciteerd maar zelf afgehaakt	50	13
Werknemers met maximaal 1 jaar werkervaring	100	23 <sup>3</sup>

<sup>2</sup> Onder deze doelgroep bleek de bereidheid om deel te nemen kleiner dan verwacht.

<sup>3</sup> Het bestand werknemers bevatte relatief veel werknemers die al langer dan een jaar in dienst waren. Daarnaast hadden werknemers problemen om de online vragenlijst te openen op het interne, beveiligde netwerk van Defensie.

## **2.3 Vragenlijst**

Op basis van de vragenlijst van de meting in 2006 en in overleg met Dienst Publiek en Communicatie en de Koninklijke Landmacht, Luchtmacht en Marine zijn de vragenlijsten voor de verschillende doelgroepen opgesteld.

## **2.4 Uitvoering**

De datacollectie voor de doelgroepen jongeren, mbo-ers met minimaal 1 jaar werkervaring, ouders en algemeen Nederlands publiek heeft plaatsgevonden onder het panel van Panelclix, het panel van Toluna en onder de NetPanel adviesraad. Voor de datacollectie onder de decanen hebben de Koninklijke Landmacht, Luchtmacht en Marine adressenbestanden aangeleverd. Voor de datacollectie onder de geïnteresseerden en werknemers hebben de Koninklijke Landmacht, Luchtmacht en Marine ook bestanden aangeleverd. De datacollectie is gestart op 21 april 2008 en is gestopt op 8 juli 2008.



## 3 R E S U L T A T E N    A L G E M E E N

### **3.1    Huidige situatie op de arbeidsmarkt**

Na twee jaren met een economische groei van 3%, verwacht het CWI<sup>2</sup> in 2008 en 2009 een iets lagere economische groei (respectievelijk 2,25% en 1,75%). Voor de periode daarna wordt uitgegaan van 2% economische groei per jaar. De economische groei komt tot stand door een hogere arbeidsproductiviteit en een hoger arbeidsvolume (meer (deeltijd)banen). In 2008 en 2009 stijgt het aantal banen gemiddeld met 115.000. Na 2009 zal de banengroei terugvallen, de stijging zal dan gemiddeld 60.000 per jaar zijn.

Naast het toenemende aantal banen constateert het CWI, als gevolg van de stijging van de arbeidsparticipatie, ook een stijging in de beroepsbevolking. De stijging van de arbeidsparticipatie wordt vooral veroorzaakt doordat vrouwen en ouderen (55+) steeds meer werken. In 2008 en 2009 zal de beroepsbevolking met gemiddeld bijna 100.000 personen stijgen. Voor de periode 2010-2013 verwacht men een kleinere toename van de beroepsbevolking (bijna 60.000). Als gevolg van het toenemende aantal banen en de stijging van de beroepsbevolking zal de werkloosheid de komende jaren nog verder afnemen. Cijfers van het CBS<sup>3</sup> laten zien dat de afgelopen twee jaar het aantal werklozen al is gedaald van 415.000 in mei 2006 tot 313.000 in mei 2008.

Het stijgen van de beroepsbevolking als gevolg van het toenemende aantal vrouwen dat gaat werken is voor de Koninklijke Landmacht, Luchtmacht en Marine interessant, gezien het diversiteitsbeleid. Deze toename wordt echter vooral veroorzaakt door ouderen, terwijl de Koninklijke Landmacht, Luchtmacht en Marine zich op jongeren richten. Dit in combinatie met de afname van het aantal werklozen zorgt ervoor dat er krapte ontstaat op de arbeidsmarkt. Om haar vacatures in de toekomst te vervullen moeten de Koninklijke Landmacht, Luchtmacht en Marine er voor zorgen dat jongeren die voor hun beroepskeuze staan of klaar zijn met hun opleiding hen zien als een aantrekkelijk werkgever.

---

<sup>2</sup> Bron: CWI Arbeidsmarktprognose 2008 - 2013 d.d. 26 juni 2008.

<sup>3</sup> Bron: <http://www.cbs.nl>



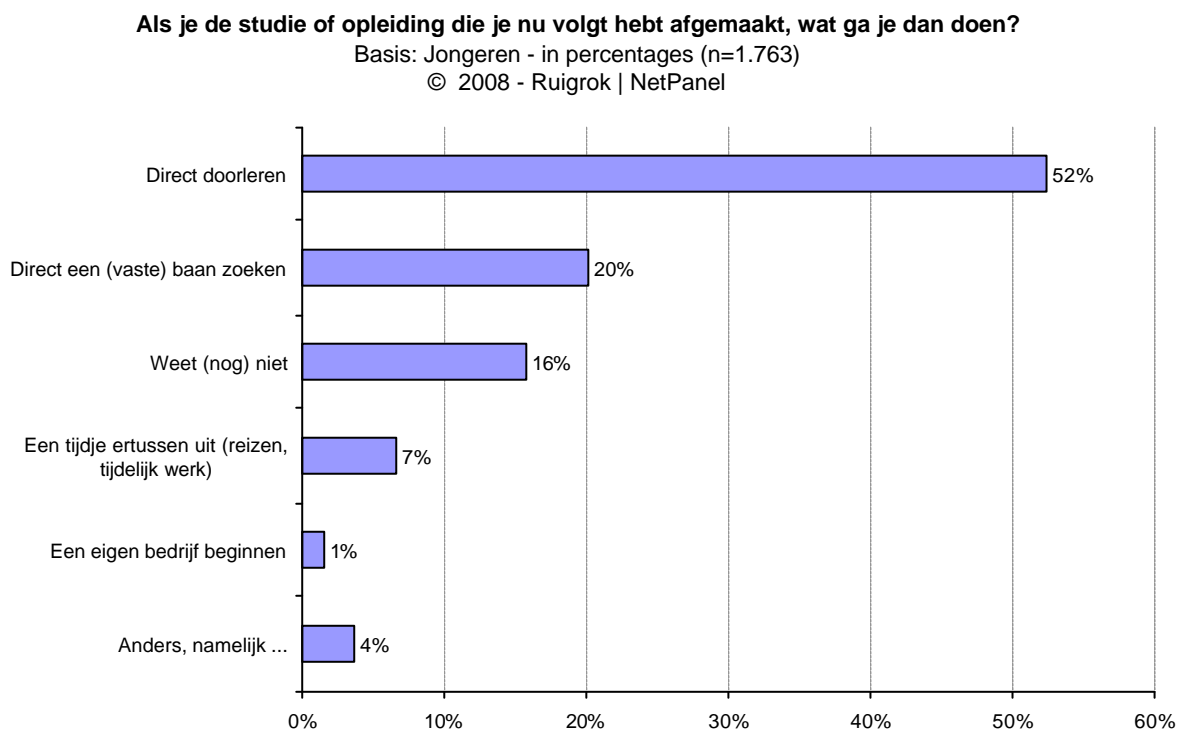
### 3.2 De doelgroep op de arbeidsmarkt

Als de Koninklijke Landmacht, Luchtmacht en Marine de komende jaren hun vacatures willen vervullen, moeten zij rekening houden met de huidige situatie op de arbeidsmarkt en de specifieke situatie van de doelgroep. Om inzicht te krijgen in de mate van toetreden tot de arbeidsmarkt van deze potentiële doelgroep, zijn enkele vragen gesteld over plannen met betrekking tot een baan.

#### Jongeren op de arbeidsmarkt

Ongeveer de helft van de jongeren geeft aan na hun studie door te gaan leren (zie figuur 3.2.1). Voor deze groep is het dus belangrijk om in de arbeidsmarktcommunicatie in te spelen op de opleidingsmogelijkheden die de Koninklijke Landmacht, Luchtmacht en Marine bieden.

**Figuur 3.2.1: Arbeidsmarktactiviteit jongeren**



#### Opvallende verschillen tussen doelgroepen:

- Vmbo- en havo/vwo-scholieren geven vaker aan dat ze na hun studie of opleiding direct door gaan leren (respectievelijk 71% en 80%) dan mbo- en hbo/wo-studenten (respectievelijk 43% en 16%).

Ongeveer een vijfde (18%) van de jongeren geeft aan dat het beroep dat zij na hun studie willen gaan doen definitief vaststaat. De overige jongeren staan dus enigszins open voor verschillende beroepen. Door ouders wordt dit beeld bevestigd. Een kwart (23%) van de ouders geeft aan dat het beroep van hun kind al vaststaat. Volgens decanen heeft een groot



deel (66%) van de leerlingen die zij adviseren al enigszins een idee, maar worden zij weinig om advies gevraagd door leerlingen waarbij het toekomstige beroep al vaststaat.

Jongeren die een opleiding volgen starten overigens tijdig met hun oriëntatie. Het grootste deel van de decanen (63%) geeft aan dat leerlingen twee jaar tot een half jaar voor het einde van hun studie bij hen komen met vragen over de beroeps- en studiekeuze.

Uit de resultaten van de open vraag 'Bij welke werkgevers zou jij op sollicitatiegesprek willen komen, wanneer je op zoek gaat naar een baan?' blijkt dat het merendeel van de jongeren graag in de zorg zou willen werken. Dit is voornamelijk in het ziekenhuis, maar ook werken in een zorginstelling, onderwijs, psychiatrische hulpverlening of kinderdagopvang is populair. Naast de zorgsector noemt men veel bedrijven met een commerciële inzet, zoals bancaire instellingen, Philips, bedrijven uit de ICT (Atos Origin, Getronics, IBM, Logica CMG), luchtvaartmaatschappijen, bouwbedrijven (Arcadis, Ballast Nedam, DHV, Heijmans), accountantskantoren en Shell. Tot slot noemt men ook niet-commerciële instellingen, zoals universiteiten, de gemeente, het Rijk en ministeries. De Koninklijke Landmacht wordt door vier jongeren (0,2%) genoemd als werkgever waarvoor zij zouden willen werken, de Koninklijke Luchtmacht door vijf jongeren (0,3%) en de Koninklijke Marine door negen jongeren (0,5%). Uiteraard zijn er ook veel jongeren die aangeven nog niet te weten waar ze het liefst op sollicitatiegesprek zouden willen.



### Mbo-ers met werkervaring op de arbeidsmarkt

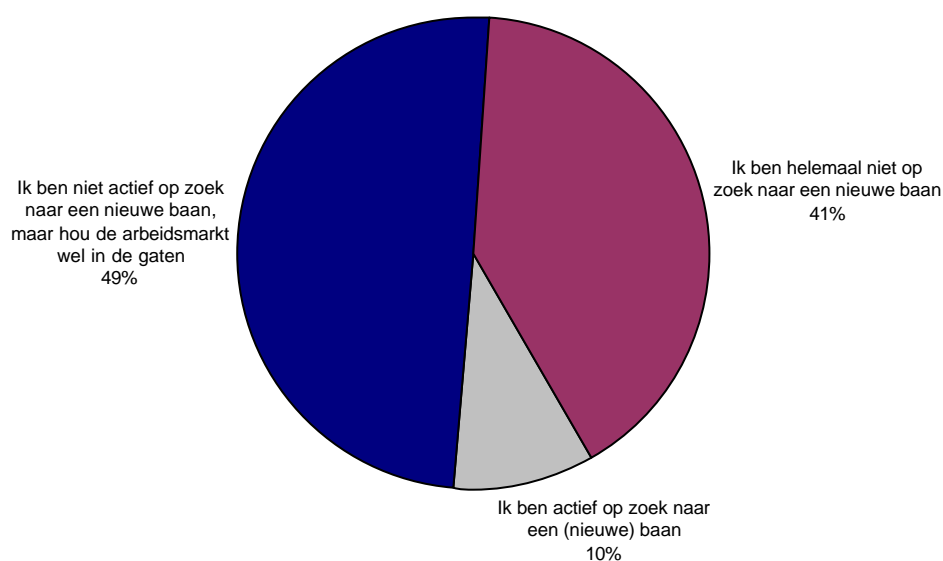
Onder werkende mbo-ers bestaat een redelijke arbeidsmarktactiviteit (zie figuur 3.2.2.). Een grote groep (49%) is latent op zoek naar een andere baan, 10% is actief op zoek. Dit betekent voor de Koninklijke Landmacht, Luchtmacht en Marine dat er mogelijkheden zijn om deze groep te benaderen.

**Figuur 3.2.2: Arbeidsmarktactiviteit mbo-ers met werkervaring**

Kun je aangeven welke van de onderstaande stellingen het best bij jou past?

Basis: MBO-ers - in percentages (n=514)

© 2008 - Ruigrok | NetPanel



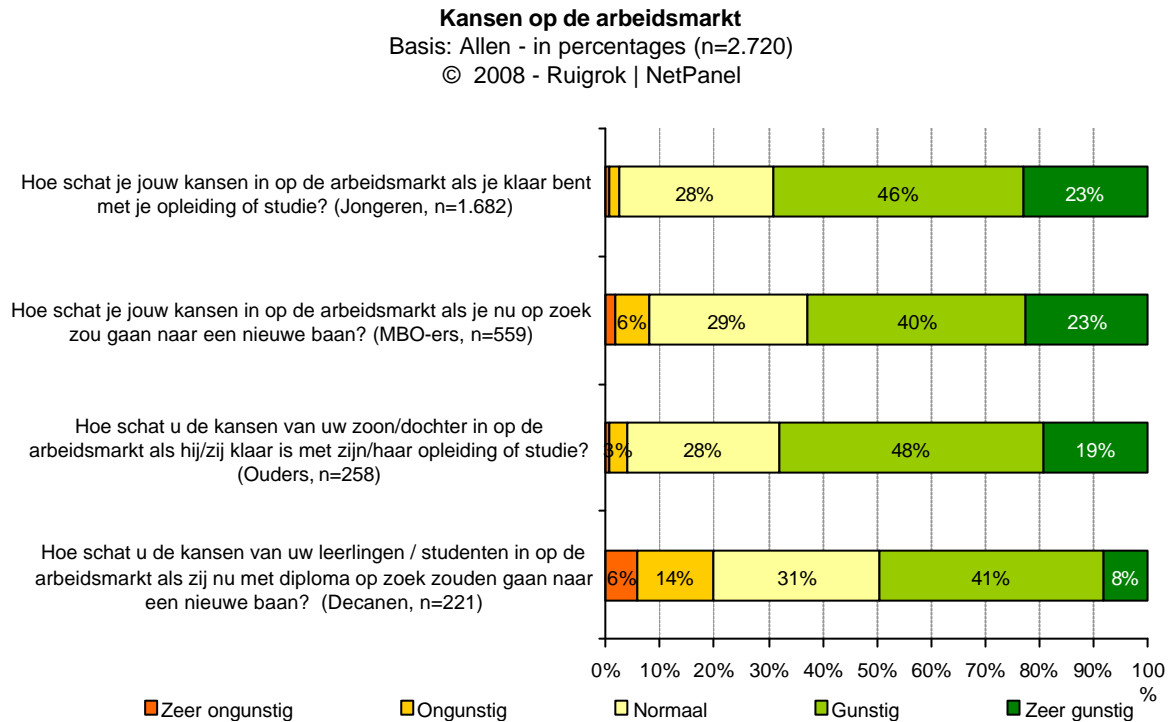
Bij de open vraag 'Bij welke werkgevers zou jij op sollicitatiegesprek willen komen, wanneer je op zoek gaat naar een baan?' geven werkende mbo-ers in vergelijking met de jongeren relatief vaak aan op gesprek te willen komen voor een overheidsfunctie, zoals bij de gemeente, het Rijk, ministeries, de overheid of de politie. De zorgsector is onder werkende mbo-ers ook populair. Zij zouden graag uitgenodigd worden in ziekenhuizen, zorgcentra, zoals thuiszorg, verpleegtehuizen en / of zorggroepen. Werken bij commerciële bedrijven zien werkende mbo-ers ook wel zitten. De meest genoemde bedrijven / richtingen zijn bancaire instellingen, Philips, ABN AMRO en de ICT. De Koninklijke Landmacht wordt door twee mbo-ers met werkervaring genoemd als interessante werkgever, de Koninklijke Luchtmacht door drie mbo-ers met werkervaring en de Koninklijke Marine door één mbo-er met werkervaring.



## Verwachte kans op de arbeidsmarkt

Zowel jongeren als werkende mbo-ers schatten hun kansen op de arbeidsmarkt als gunstig tot zeer gunstig in (zie figuur 3.2.3.).

**Figuur 3.2.3: Verwachte kans op de arbeidsmarkt**



### Opvallende verschillen tussen doelgroepen:

- Opvallend is dat jongeren hun kansen hoger inschatten dan decanen.
- Binnen de doelgroep jongeren zijn havo/vwo-scholieren positiever over hun kansen op de arbeidsmarkt dan vmbo-scholieren en mbo-studenten. Ook zijn hbo/wo-studenten positiever dan vmbo-scholieren.
- Als we kijken naar verschillen in geslacht, dan zien we dat zowel onder jongeren als werkende mbo-ers mannen positiever zijn over hun kansen op de arbeidsmarkt dan vrouwen.

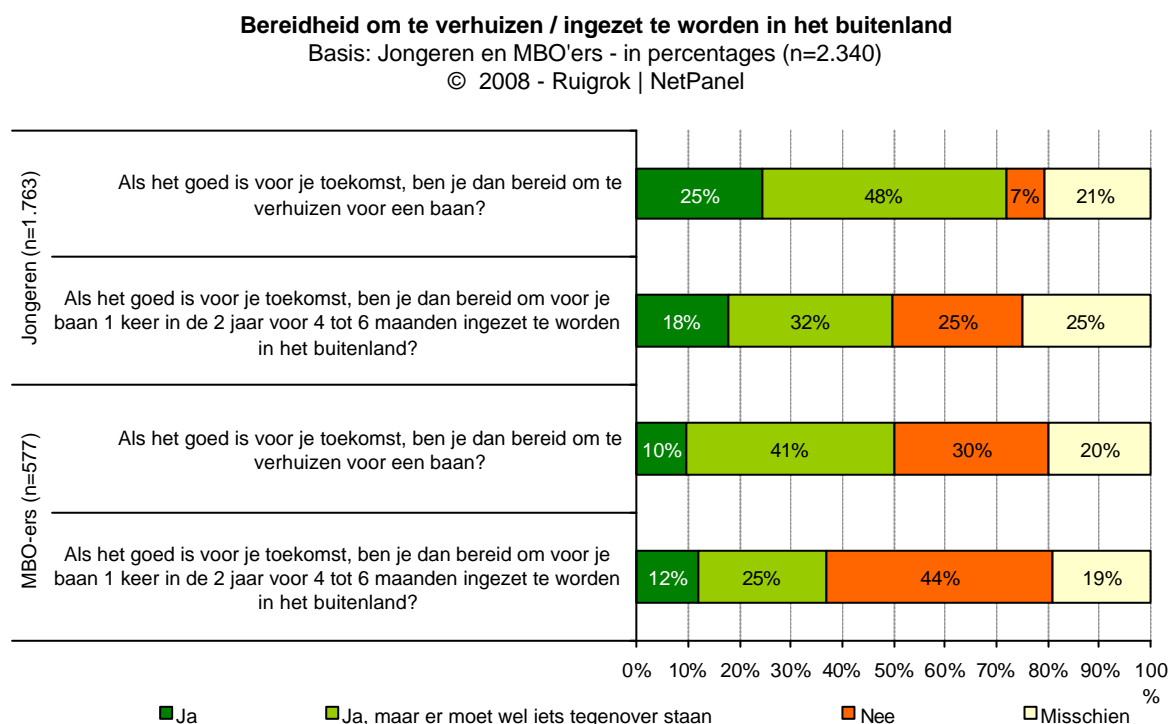


## Bereidheid verhuizen / uitzending

Twee belangrijke aspecten van het werken bij de Koninklijke Landmacht, Luchtmacht en Marine zijn het gestationeerd zijn op een bepaalde locatie (niet altijd dicht bij huis) en de mogelijkheid om uitgezonden te worden naar het buitenland. Daarom is het van belang om te weten in hoeverre de doelgroep bereid is te verhuizen en/of uitgezonden te worden naar het buitenland.

Het merendeel van de jongeren is bereid om te verhuizen voor een baan, maar een groot deel hiervan geeft wel aan dat hier iets tegenover moet staan. De bereidheid om ingezet te worden in het buitenland is aanzienlijk kleiner. Ook hier geldt dat een groot deel vindt dat hier iets tegenover moet staan (zie figuur 3.2.4). Hoewel niet is doorgevraagd naar wat er tegenover moet staan, weten we uit eerder onderzoek dat men dan voornamelijk een hoog salaris en goede arbeidsvoorwaarden verwacht.

**Figuur 3.2.4: Bereidheid om te verhuizen / ingezet te worden in het buitenland**



### Opvallende doelgroep verschillen

- Havo/vwo-scholieren en hbo/wo-studenten zijn meer bereid om te verhuizen voor een baan dan vmbo-scholieren en mbo-studenten.
- Zowel bij jongeren als bij werkende mbo-ers zijn mannen meer bereid om te verhuizen voor een baan en meer bereid om ingezet te worden in het buitenland dan vrouwen.
- Jongeren die (misschien) bij de Koninklijke Landmacht, Luchtmacht of Marine willen werken zijn meer bereid om te verhuizen en meer bereid om ingezet te worden in het buitenland dan jongeren die dit (zeker) niet willen.





### 3.3 Influentials

Bij het kiezen van een opleiding of baan wordt men beïnvloed door verschillende personen. Om inzicht te krijgen in wie de keuze van de doelgroep beïnvloedt en de rol van deze influentials zijn in het onderzoek enkele vragen hierover opgenomen. Daarnaast is aan mogelijke influentials (ouders en decanen) gevraagd welke rol zij denken te spelen in het keuzeproces van de doelgroep.

#### Rol van de influentials

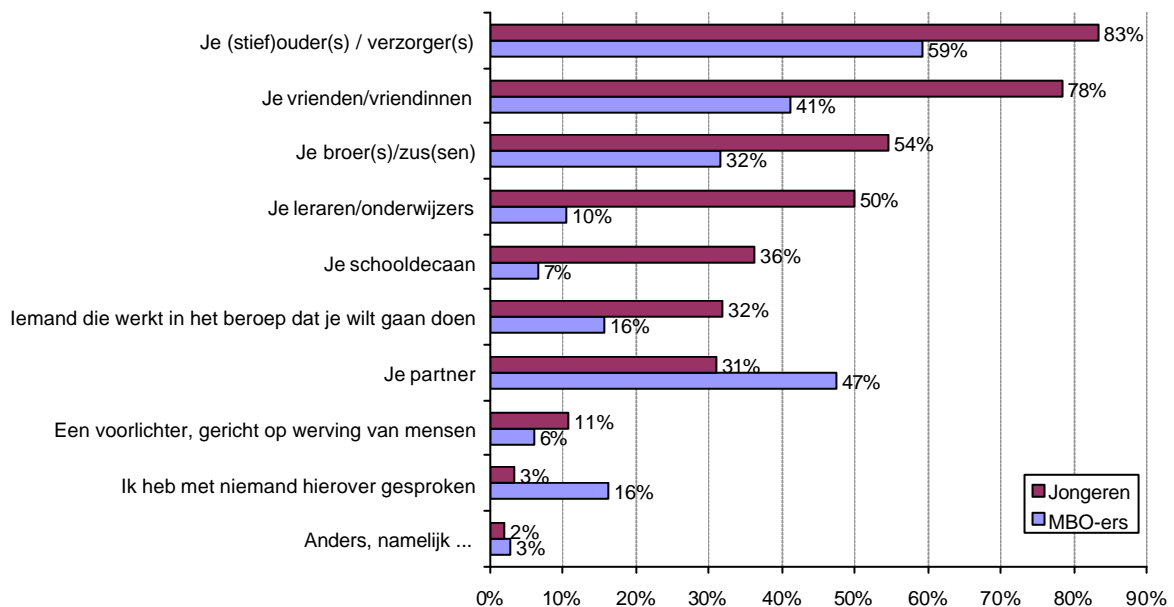
Figuur 3.3.1 laat zien dat bijna alle jongeren en werkende mbo-ers zich laten beïnvloeden bij hun keuze voor een toekomstig beroep. Wat opvalt, is dat jongeren die nog een opleiding volgen met meer personen spreken over hun toekomstige beroep dan werkende mbo-ers (gemiddeld 3,8 versus 2,4 personen).

**Figuur 3.3.1: Jongeren en influentials**

Hieronder staat een aantal personen weergegeven. Wil je aangeven of je met deze personen gesproken hebt over je toekomstige beroep?

Basis: Jongeren en MBO-ers - in percentages (n=2.340)

© 2008 - Ruigrok | NetPanel



Wanneer we jongeren vragen hoeveel waarde zij hechten aan de mening van deze personen, dan blijkt dat zij met name de mening van de eigen partner, iemand die werkt in het beroep dat men wilt doen en (stief)ouders (allen meer dan 70% (zeer) belangrijk) belangrijk vinden. Hoewel meer dan de helft hun mening (zeer) belangrijk vindt, wordt de mening van schooldecanen en leraren het minst belangrijk gevonden.



Dat jongeren met anderen praten over hun toekomstig beroep, wordt door de influentials bevestigd. Bijna alle ouders (99%) geven aan dat zij met hun kind over zijn/haar toekomstige beroep praten. Het belang dat jongeren aan hun mening hechten wordt door de influentials goed ingeschat. Van de ouders denkt twee derde (67%) dat hun kind zijn/haar mening (zeer) belangrijk vindt. Van de decanen denkt ruim de helft (54%) dat hun leerlingen zijn/haar mening (zeer) belangrijk vindt.

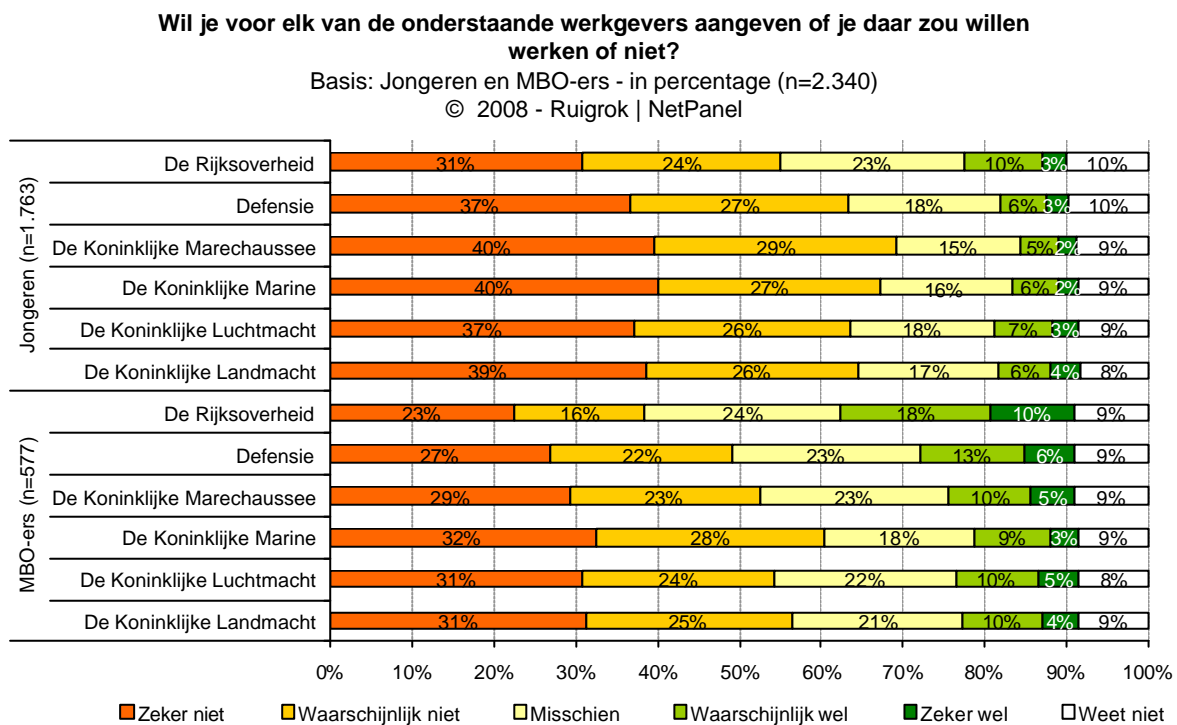


# 4 RESULTATEN KONINKLIJKE LANDMACHT

## 4.1 Aantrekkelijkheid als werkgever

De Koninklijke Landmacht wordt door een groot deel van de jongeren niet als een aantrekkelijke werkgever gezien (zie figuur 4.1.1). Ten opzichte van andere defensieonderdelen verschilt de Koninklijke Landmacht in aantrekkelijkheid weinig.

**Figuur 4.1.1: Aantrekkelijkheid verschillende werkgevers**

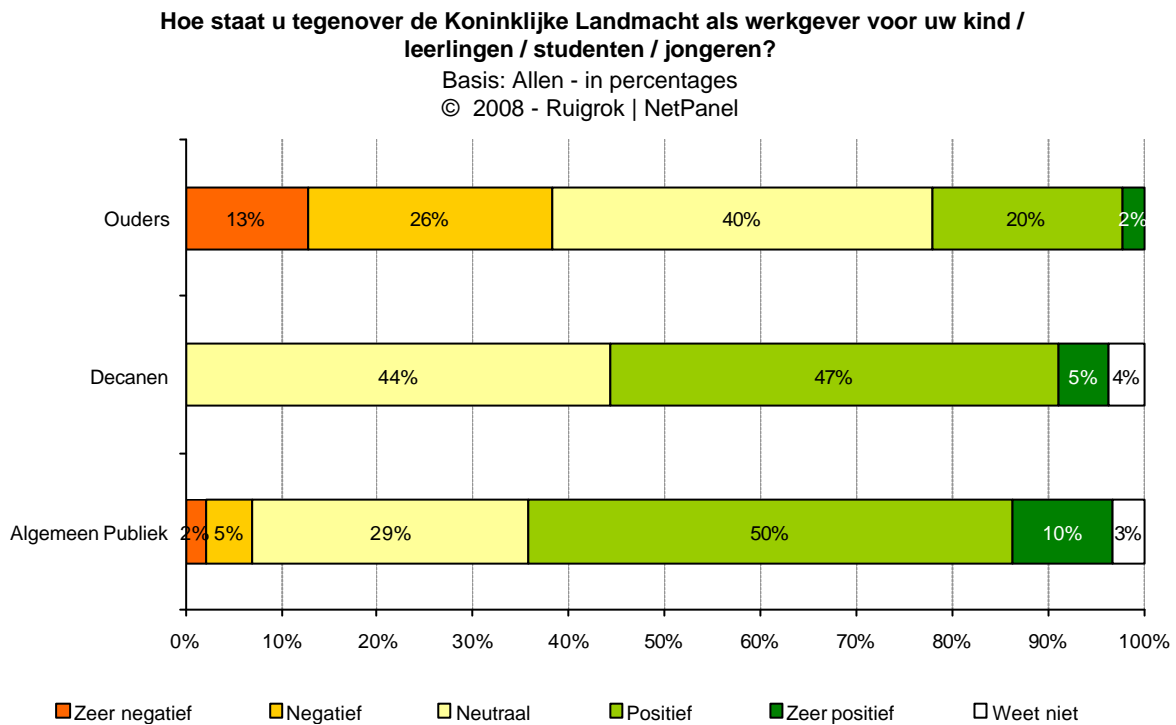


Wanneer we kijken naar de overlap tussen de verschillende defensieonderdelen, zien we dat 17% van de jongeren (misschien) bij alle drie de defensieonderdelen zou willen werken. 9% zou (misschien) bij twee van de defensieonderdelen willen werken en 11% is uitgesproken en zou (misschien) bij één van de drie defensieonderdelen willen werken. Bijna twee derde (63%) geeft aan (zeker) niet bij één van de drie defensieonderdelen te willen werken.



Wanneer we kijken naar de aantrekkelijkheid van de Koninklijke Landmacht als werkgever onder de influentials dan zien we dat decanen en het algemeen publiek positief zijn over de Koninklijke Landmacht als werkgever. Ouders zijn minder positief (zie figuur 4.1.2).

**Figuur 4.1.2: Aantrekkelijkheid Koninklijke Landmacht als werkgever**



Bij de ouders zijn overigens geen verschillen in aantrekkelijkheid gevonden tussen vaders en moeders. Ook maakt het voor ouders niet uit of zij de Koninklijke Landmacht als werkgever voor hun zoon of dochter beoordelen.



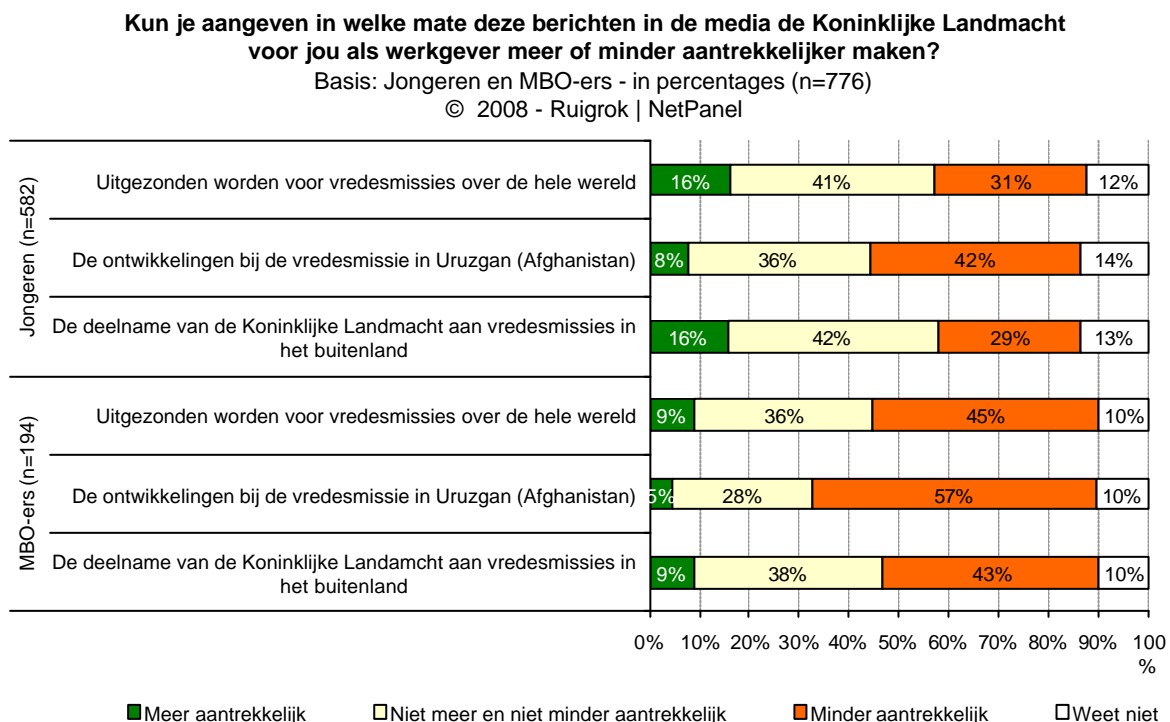
## 4.2 Berichten in de media

Berichten in de media kunnen het imago van een werkgever beïnvloeden. Door middel van een aantal vragen in het onderzoek is achterhaald of de doelgroep iets over de Koninklijke Landmacht in de media heeft gezien en welke gevolgen deze berichten hebben op het imago van de Koninklijke Landmacht als werkgever.

Spontaan geeft bijna driekwart (72%) van de jongeren aan het afgelopen halfjaar iets gezien, gehoord of gelezen te hebben in de media over de Koninklijke Landmacht. Men geeft dan voornamelijk aan de wervingscampagnes van de Koninklijke Landmacht gezien te hebben. Ongeveer een kwart (24%) geeft aan in de media berichten over de vredesmissies in Irak en Afghanistan gezien te hebben. Eén op de tien (10%) verwijst expliciet naar de doden die tijdens de vredesmissies gevallen zijn.

Wanneer we de jongeren berichten uit de media voorleggen, blijkt dat deze berichten de Koninklijke Landmacht als werkgever voor een groot deel van de doelgroep minder aantrekkelijk maakt (zie figuur 4.2.1). Met name berichten over de ontwikkelingen bij de vredesmissie in Uruzgan hebben een negatief effect op de aantrekkelijkheid van de Koninklijke Landmacht als werkgever.

**Figuur 4.2.1: Effect van berichten in de media**





Opvallende verschillen tussen doelgroepen:

- Vrouwen vinden dat de ontwikkelingen bij de vredesmissie in Uruzgan de Koninklijke Landmacht als werkgever minder aantrekkelijk maakt dan voor mannen.
- Hbo/wo-studenten vinden dat de ontwikkelingen bij de vredesmissie in Uruzgan de Koninklijke Landmacht als werkgever minder aantrekkelijk maakt dan voor vmbo-scholieren.
- De deelname van de Koninklijke Landmacht aan vredesmissies in het buitenland en de ontwikkelingen bij de vredesmissie in Uruzgan maakt de Koninklijke Landmacht als werkgever voor niet-westerse jongeren aantrekkelijker dan voor westerse jongeren en werkende mbo-ers.

Net als bij jongeren maken de berichten in de media de Koninklijke Landmacht als werkgever voor influentials minder aantrekkelijk (zie figuur 4.2.2). Ook hier hebben met name de berichten over de ontwikkelingen bij de vredesmissie in Uruzgan een negatief effect op het aantrekkelijkheid van de Koninklijke Landmacht als werkgever.

**Figuur 4.2.2: Effect van berichten in de media (%minder aantrekkelijk)**

	<b>Jongeren</b>	<b>Werkende mbo-ers</b>	<b>Ouders</b>	<b>Decanen</b>	<b>Algemeen Publiek</b>
De deelname van de Koninklijke Landmacht aan vredesmissies in het buitenland	29%	43%	46%	38%	37%
De ontwikkelingen bij de vredesmissie in Uruzgan (Afghanistan)	42%	57%	76%	77%	67%
Uitgezonden worden voor vredesmissies over de hele wereld	31%	45%	46%	37%	39%

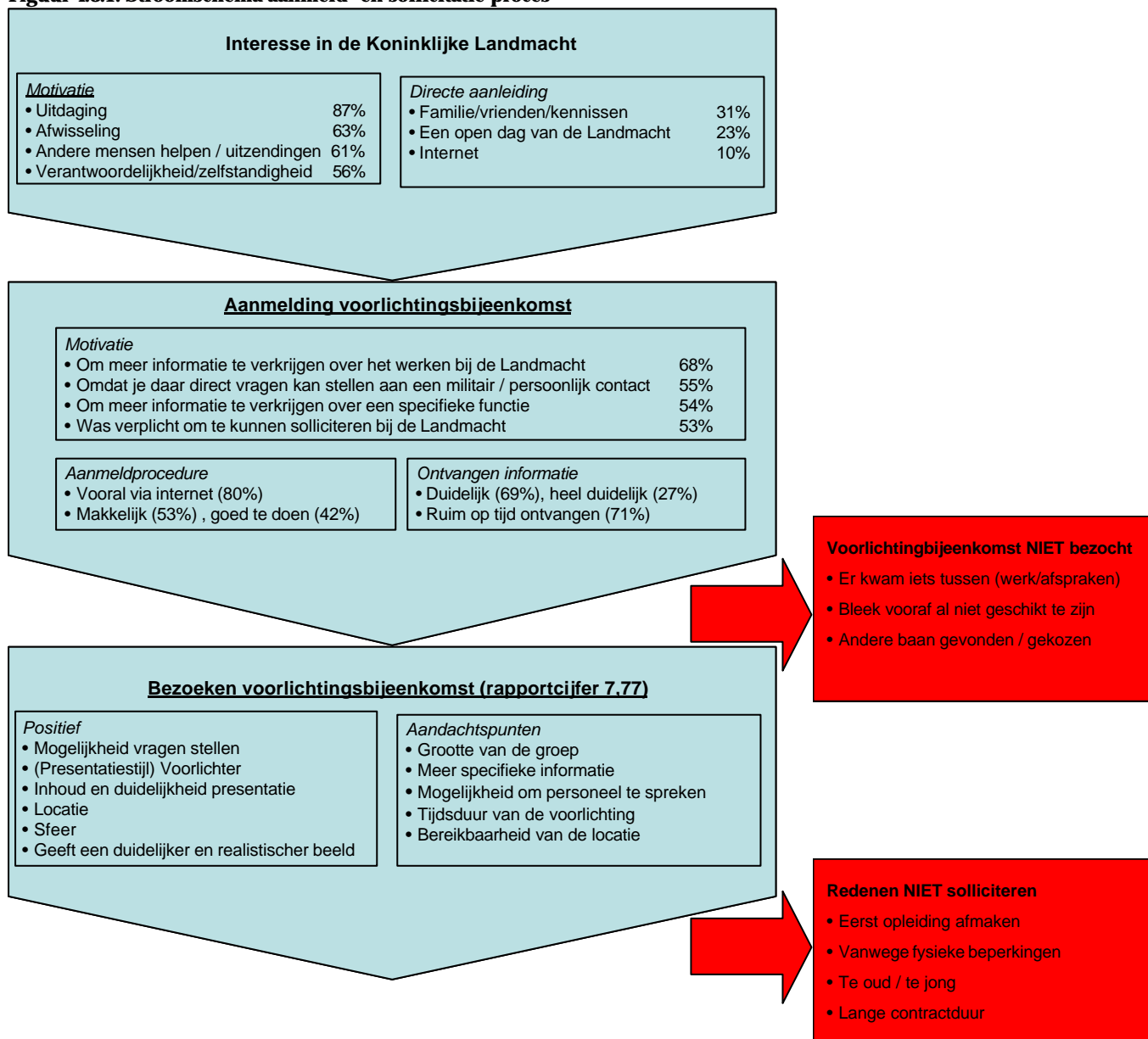
Ouders die positief zijn over de Koninklijke Landmacht als werkgever voor hun kind, staan positiever tegenover de deelname van de Koninklijke Landmacht aan vredesmissies in het buitenland en het uitgezonden worden voor vredesmissies over de hele wereld dan ouders die negatief zijn over de Koninklijke Landmacht als werkgever voor hun kind. Met betrekking tot de vredesmissie in Uruzgan zijn geen verschillen gevonden.

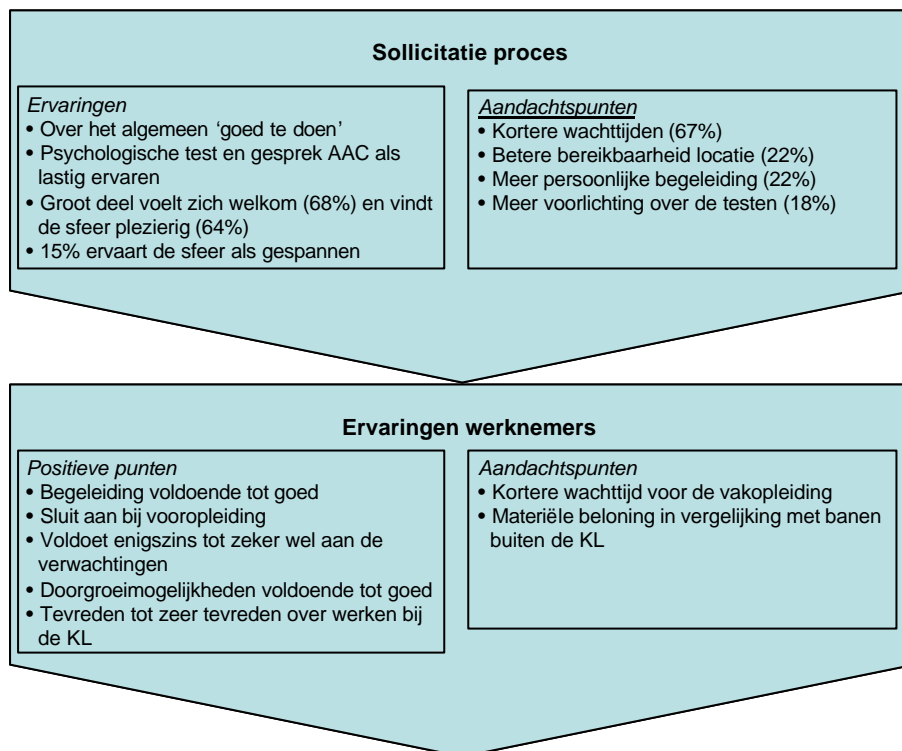


### 4.3 Aanmeld- en sollicitatieproces

In deze paragraaf behandelen we de ervaring en waardering van het aanmeld- en sollicitatie proces door geïnteresseerden en werknemers met maximaal een jaar ervaring. De resultaten van dit onderdeel van het onderzoek zijn samengevat in figuur 4.3.1.

**Figuur 4.3.1: Stroomschema aanmeld- en sollicitatie proces**





#### Toelichting bij het stroomschema:

**Aanmelding voorlichtingsbijeenkomst:** Het merendeel van de geïnteresseerden (68%) meldt zich aan voor een voorlichtingsbijeenkomst om meer informatie te krijgen over het werken bij de Landmacht. Daarnaast geeft men aan zich aan te melden om direct vragen te kunnen stellen (55%) en om meer informatie te krijgen over specifieke functies (54%). Meer dan de helft meldt zich (ook) aan voor de voorlichtingsbijeenkomst omdat dit verplicht is om te kunnen solliciteren. Het aanmelden via internet verloopt makkelijk. Geïnteresseerden die de aanmeldprocedure (zeer) moeilijk vinden (5%) geven aan dat er meerdere keren naar dezelfde gegevens wordt gevraagd. Dit maakt de procedure onnodig lang: *Er moesten ontzettend veel formulieren worden opgestuurd, ook wilde ze de geboortedata van mijn ouders weten.* Een enkeling had moeilijkheden met de website, die niet altijd optimaal werkte.

**Voorlichtingsbijeenkomst niet bezocht:** Geïnteresseerden die zich aangemeld hebben, maar de voorlichtingsbijeenkomst niet bezocht hebben, wijten dit voornamelijk aan zichzelf en minder aan de Koninklijke Landmacht. Zij geven met name aan dat er iets tussen kwam (21%). Daarnaast geeft men in de open antwoorden aan dat men toch al wist dat men niet geschikt zou zijn voor een functie bij de Landmacht (vanwege fysieke redenen / leeftijd) of dat men een andere baan heeft aangenomen / gekozen. Deze groep geeft aan dat de Koninklijke Landmacht door een voorlichtingsbijeenkomst dichter in de buurt te beleggen en deze meer toe te spitsten op de door hun gevolgde opleiding / mogelijk toekomstige functie of meer toegespitst op hun opleiding / functie er voor had kunnen zorgen dat men toch naar de voorlichtingsbijeenkomst was gekomen.





**Bezoeken voorlichtingsbijeenkomst** De voorlichtingsbijeenkomst wordt gemiddeld met een 7,8 beoordeeld. De mogelijkheid om vragen te stellen (97% redelijk tot goed) wordt als beste gewaardeerd. Dit komt ook naar voren in de open antwoorden die bezoekers van een voorlichtingsbijeenkomst geven. Zij geven aan dat het meest positieve aan de voorlichting de gelegenheid tot vragen stellen is: *De mogelijkheid om vragen te stellen aan iemand die het zelf ook allemaal al heeft meegemaakt en je daar handige tips voor kan geven.* Daarnaast heeft men het gevoel dat er goed geluisterd wordt: *Alle mensen die me konden helpen wilden me ook graag helpen. Er was een goede koppeling tussen theorie en praktijk.* Ook is men positief over de heldere presentatie. Hierin worden ook de minder leuke kanten van het vak belicht: *Heel goed dat ze zeggen dat het in Afghanistan geen Center Parcs is.* Ook viel een aantal respondenten de ongedwongen, ontspannen en persoonlijke sfeer in positieve zin op: *Er was een goede sfeer aanwezig, en de militairen toonden ook werkelijk interesse in de groep en Het was heel persoonlijk en je wordt ook goed bij de uitleg betrokken.*

Aandachtspunten voor de voorlichtingsbijeenkomst zijn de groepsgrootte en meer specifieke informatie. Uit de open antwoorden komt naar voren dat de groepen soms te groot en soms te klein worden gevonden: *Met de voorlichter erbij waren we met 3 personen. Ik had het leuker gevonden om gelijk een beetje op te kunnen pikken wat voor een soort mensen geïnteresseerd zijn in de Landmacht en De groep was erg groot (ongeveer 200 man), waardoor het erg onpersoonlijk was.* Een aantal deelnemers is minder te spreken over de informatie over specifieke functies: *Voorlichters waren niet goed op de hoogte van diepere informatie over specifieke functies en Er wordt veel verteld over de opleiding, maar er is te weinig verteld over de daadwerkelijke inhoud van de functie.* Bezoekers van de voorlichting die aangeven iets gemist te hebben, geven ook aan dat men vooral inhoudelijke informatie mist die gericht is op de specifieke functies binnen de Landmacht: *Informatie over de daadwerkelijke dagelijkse dingen die bij de functie horen.* Daarnaast zijn ook de tijdsduur (te kort en te lang) en de locatie (bereikbaarheid) als aandachtspunten.

Ruim een kwart (27%) van de bezoekers geeft aan dat hun beeld van de Landmacht na de voorlichtingsbijeenkomst veranderd is. Zij geven aan een positiever beeld gekregen te hebben: *Nog enthousiaster, minder twijfel.* Het beeld van de organisatie is duidelijker en vollediger geworden door de vele vragen die men kon stellen: *Door de vragen van anderen heb ik een nog beter beeld gekregen van dingen waar ik nog niet over nagedacht had.*



**Redenen niet solliciteren:** Net als bij het niet bezoeken van de voorlichtingsbijeenkomst hebben de belangrijkste redenen om niet te solliciteren te maken met persoonlijke omstandigheden. Deze zijn minder goed door de Koninklijke Landmacht te beïnvloeden. Men noemt onder andere het willen afmaken van de(huidige) opleiding, fysieke beperkingen (te klein, licht, zwaar, slechte ogen) en dat zij een andere baan gevonden / gekozen hebben (*Uiteindelijk toch voor het korps mariniers gekozen*). Daarnaast geven enkele geïnteresseerden aan niet lang van huis te willen zijn of uitgezonden worden: *Uiteindelijk voor mijn gezin gekozen zodat ik toch vaker thuis zou zijn*. Ook geven twee geïnteresseerden aan nog onvoldoende informatie te hebben over de Landmacht.

**Sollicitatieproces:** Het sollicitatieproces wordt over het algemeen positief beoordeeld. Alleen de psychologische test en het gesprek met de AAC worden door een aantal sollicitanten als lastig ervaren. Vrouwen blijken de fysieke test moeilijker te vinden dan mannen. Belangrijkste aandachtspunt voor de sollicitatieprocedure zijn de wachttijden: *7:30 schriftelijke test, 15:30 psychologische test = onacceptabele wachttijd!!* Daarnaast geven sollicitanten aan dat de locatie waar de testen worden gehouden niet altijd goed bereikbaar is, men meer persoonlijke begeleiding en meer voorlichting over de testen wil: *Betere voorlichting over hoe de dag er uit gaat zien op het keuringscentrum en Vriendelijke mensen die nog een praatje kunnen maken af en toe*. Een paar sollicitanten geven aan dat hun dossier kwijt was, waardoor ze vertraging in het proces opliepen.

**Ervaringen werknemers:** Werknemers die in hun eerste werkjaar zitten, zijn over het algemeen positief. De begeleiding en de wijze waarop de vakopleiding aansluit bij de vooropleiding ervaart men als positief. Ook de mate waarin het werken bij de Landmacht voldoet aan de verwachtingen die men vooraf had, wordt positief beoordeeld. Het beeld over werken bij de Landmacht, dat tijdens de online en fysieke voorlichting gegeven wordt, wordt niet door alle werknemers positief beoordeeld. Een behoorlijk deel van de werknemers geeft aan dat dit niet realistisch is: *Naar mijn mening wordt je lekker gemaakt door mooie beelden te laten zien terwijl er in werkelijkheid veel meerbij komt kijken*.

Werknemers geven zelf aan dat de Landmacht de goede arbeidsvoorwaarden en de goede werksfeer moet benadrukken om meer mensen te interesseren voor de Landmacht: *Dat je je rijbewijs krijgt en een goede ziektekostenverzekering en De band die je hebt met je groepsgenoten*.

Het belangrijkste aandachtspunt in het eerste jaar van werknemers is de lange wachttijd voordat men met de vakopleiding kan beginnen. Ongeveer de helft kan hier niet meteen mee beginnen. De tijd die men moet wachten loopt uiteen van twee tot 52 weken. Daarnaast geven enkele werknemers aan niet tevreden te zijn over de materiële beloning. Zij geven aan dat het eten in de kazerne steeds duurder wordt maar de lonen gelijk blijven: *Wat je voor het eten betaald is het niet eens waard!* Een enkeling vindt de lonen te laag voor de verantwoordelijkheid die je als militair hebt.



Naast de stappen van het aanmeld- en sollicitatieproces die in het stroomschema beschreven staan, hebben we geïnteresseerden ook gevraagd naar hun beoordeling van de website en, indien gevolgd, de online voorlichting.

**Website:** Een van de informatiebronnen die geïnteresseerden gebruiken in het oriëntatieproces is de website. Bijna alle respondenten hebben bij hun oriëntatie de website [www.werkenbijdelandmacht.nl](http://www.werkenbijdelandmacht.nl) bezocht. Het algemene oordeel over de website is zeer positief. Wanneer we kijken naar het belang van de website, dan zien we dat hoe verder men in het aanmeld- en/of sollicitatieproces is, hoe minder belangrijk de website in het proces is. Dit betekent dat de website met name in het begin van het oriëntatieproces een belangrijke rol speelt. Later, als men bijvoorbeeld in het sollicitatieproces zit, gaan specifieke ervaringen een rol spelen. Naast de website [www.werkenbijdelandmacht.nl](http://www.werkenbijdelandmacht.nl) worden ook de sites [www.landmacht.nl](http://www.landmacht.nl) en [www.ikkandelandmachtaan.nl](http://www.ikkandelandmachtaan.nl) door een groot deel bezocht.

Het belang van de website komt ook naar voren uit de frequentie waarmee men de website bezoekt. Bijna drie vijfde van de geïnteresseerden (58%) geeft aan de website meer dan vijf keer bezocht te hebben.

**Online voorlichting:** De Koninklijke Landmacht biedt op haar website demogelijkheid om een online voorlichting te volgen. De belangrijkste reden om een online voorlichting te volgen zijn ter voorbereiding op een sollicitatiegesprek (60%), om meer informatie te verkrijgen over het werken bij de Landmacht (57%) en om meer informatie te krijgen over specifieke functies (49%).

De online voorlichting wordt over het algemeen positief beoordeeld. Gemiddeld geven de respondenten die de online voorlichting gevolgd hebben een rapportcijfer van 7,3. De vormgeving, de inlogprocedure en de beeld- en geluidskwaliteit van de online voorlichting worden zeer positief beoordeeld. Uit de open antwoorden blijkt dat men de informatie helder en duidelijk vindt: *Je krijgt een goed beeld van de wereld van de Landmacht.* Dit komt onder andere door de vele filmpjes die te zien zijn op de site: *De filmpjes die een beetje duidelijk beeld geven van hoe het eraan toegaat.* De heldere en duidelijke informatie geeft een goede voorbereiding op een sollicitatiegesprek. Verder vindt men het een groot voordeel dat je via internet alles op je eigen tempo en in je eigen tijd kan volgen: *Het feit dat je het op internet (en dus op ieder gewenst moment) kan volgen.*

De hoeveelheid informatie, de kwaliteit van de informatie en lengte van de voorlichting zijn aandachtspunten. Meer dan 10% beoordeelt deze als matig/slecht. In de open antwoorden geeft men aan dat de informatie te algemeen blijft en niet diep genoeg ingaat op specifieke functies bij de Landmacht: *Gebrek aan informatie over de duur en inhoud van verschillende functieopleidingen.* Ook ervaart men het als minder positief dat er geen mogelijkheid is tot het stellen van vragen: *Omdat je je eigen persoonlijke vragen niet kan stellen zal je nooit echt alle informatie vinden die je eigenlijk wil.*



## 4.4 Conclusies en aanbevelingen

### ▪ Invloed berichten in de media

Hoofdconclusie: Berichten uit de media over de vredesmissies in het algemeen en de missie in Uruzgan in het bijzonder hebben een negatieve invloed op de aantrekkelijkheid van de Koninklijke Landmacht als werkgever.

#### Toelichting:

Het beeld dat werken bij de Koninklijke Landmacht gevaarlijk is, kan verklaard worden door berichten in de media, met name rond de missie in Uruzgan. Dat deze berichten invloed hebben op de aantrekkelijkheid van de Koninklijke Landmacht als werkgever blijkt uit het feit dat jongeren die er (zeker) niet willen werken, aangeven dat deze berichten de Koninklijke Landmacht als werkgever in sterke mate minder aantrekkelijk maakt.

### ▪ Aanmeld- en sollicitatieproces

Hoofdconclusie: Het aanmeld- en sollicitatieproces van de Koninklijke Landmacht wordt over het algemeen positief beoordeeld. Het belangrijkste aandachtspunt in de voorlichting is meer mogelijkheden om met personeel bij de Koninklijke Landmacht te spreken en zo meer specifieke informatie te krijgen. Het belangrijkste aandachtspunt in het sollicitatieproces is het verkorten van de wachttijden tussen de verschillende testen

#### Toelichting:

Het aanmeldingsproces voor een voorlichtingsbijeenkomst verloopt makkelijk. De toegezonden informatie is duidelijk en wordt ruim op tijd ontvangen. Jongeren die zich aangemeld hebben, maar de voorlichtingsbijeenkomst uiteindelijk niet hebben bezocht, geven aan dat er iets tussen was gekomen, men al wist dat men toch niet geschikt zou zijn en dat men al een andere baan gevonden heeft.

De voorlichtingsbijeenkomst wordt zeer positief beoordeeld. Tijdens de voorlichting is er voldoende mogelijkheid tot vragen stellen, de presentaties zijn duidelijk en worden op een aansprekende manier gehouden door de voorlichter. Dit resulteert in een duidelijker en realistischer beeld van een baan bij de Koninklijke Landmacht. Bezoekers van de voorlichtingsbijeenkomsten geven wel aan dat ze tijdens de bijeenkomst (meer) de mogelijkheid zouden willen hebben om te praten met mensen die al bij de Koninklijke Landmacht werken. Daarnaast zou men meer specifieke en op hun behoeften aansluitende informatie willen ontvangen. Men is vooral geïnteresseerd in informatie over specifieke functies, de doorgroeimogelijkheden, salaris en opleidingen. Andere aandachtspunten voor de voorlichtingsbijeenkomsten zijn de groepsgrootte (niet te groot, maar ook niet te klein) en de bereikbaarheid van de locaties.



Net als bij het niet bezoeken van de voorlichtingsbijeenkomst, hebben de belangrijkste redenen om niet te solliciteren niet te maken met het voorlichtingsproces, maar met persoonlijke omstandigheden. Deze zijn minder goed door de Koninklijke Landmacht te beïnvloeden. Voorbeelden hiervan zijn fysieke beperkingen en te jong of te oud zijn voor een functie bij de Koninklijke Landmacht. Daarnaast wil ook een deel eerst hun opleiding (waar ze op dat moment mee bezig zijn) afmaken.

De sollicitanten vinden de sfeer tijdens het sollicitatieproces over het algemeen plezierig en men voelt zich welkom. Een beperkt deel ervaart de sfeer als gespannen. Tijdens het sollicitatieproces wordt vooral de tijd tussen de verschillende testen en de tijd tussen de sollicitatie en de oproep voor de testen als negatief ervaren. De wachttijd zal dus beperkt moeten blijven. Verder kan de voorlichting over de testen verbeterd worden en wenst men de tijdens de testen een persoonlijker benadering door het personeel en de keuringsartsen. Een laatste aandachtspunt voor het sollicitatieproces is het verbeteren van de bereikbaarheid van de locaties.

Werknemers ervaren het eerste jaar bij de Koninklijke Landmacht als positief. De begeleiding wordt als goed tot zeer goed gezien, de vakopleiding sluit goed aan bij de vooropleiding en het werken voldoet aan de verwachtingen die men vooraf had. Ook over de doorgroeimogelijkheden die de Koninklijke Landmacht biedt is men tevreden.

Aandachtspunten zijn sneller kunnen starten met de vakopleiding en de materiële beloning in vergelijking met banen buiten de Koninklijke Landmacht. Een aantal werknemers heeft het idee dat men in een vergelijkbare functie buiten de Koninklijke Landmacht meer geld zou kunnen verdienen.

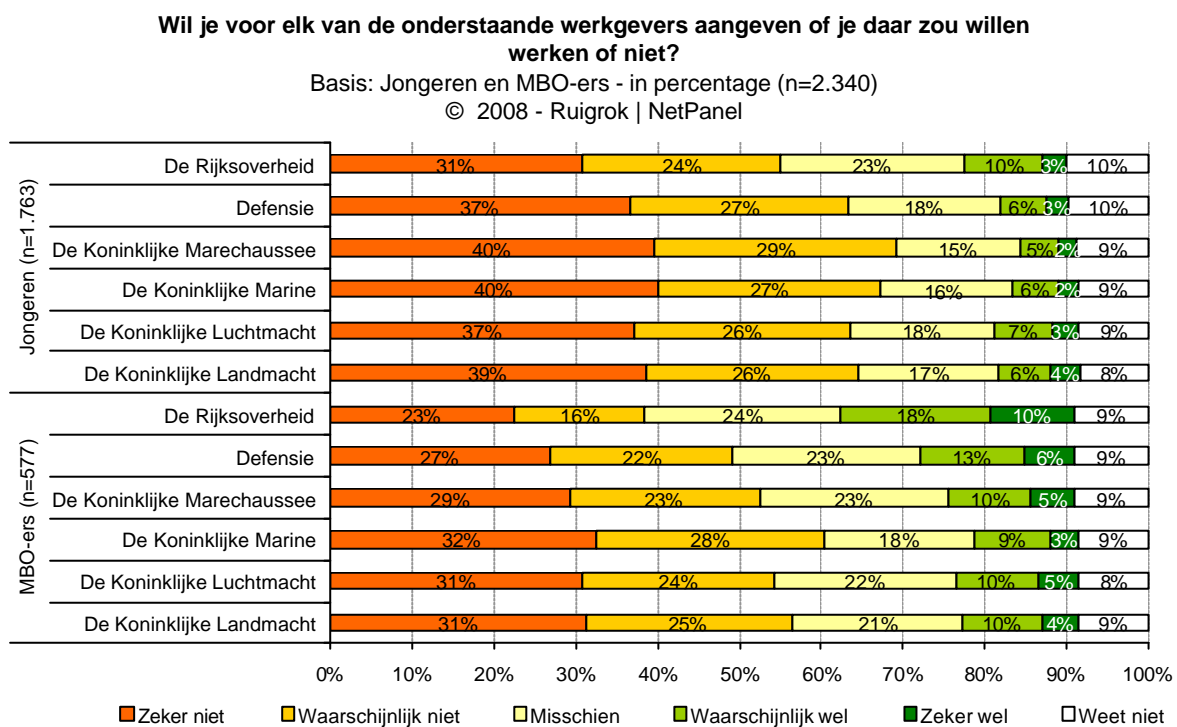


# 5 RESULTATEN KONINKLIJKE LUCHTMACHT

## 5.1 Aantrekkelijkheid als werkgever

De Koninklijke Luchtmacht wordt door een groot deel van de doelgroep niet als een aantrekkelijke werkgever gezien (zie figuur 5.1.1). Ten opzichte van de aantrekkelijkheid van andere defensieonderdelen verschilt de Koninklijke Luchtmacht weinig.

**Figuur 5.1.1: Aantrekkelijkheid verschillende werkgevers**

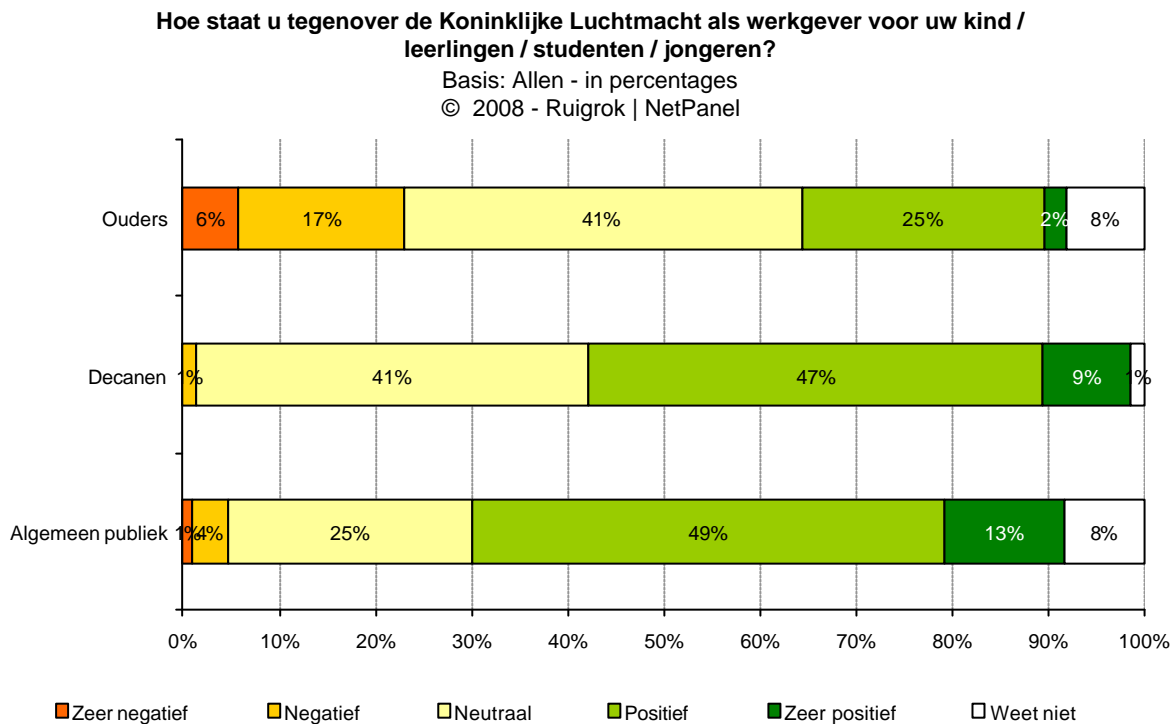


Wanneer we kijken naar de overlap tussen de verschillende defensieonderdelen, zien we dat 17% van de jongeren (misschien) bij alle drie de defensieonderdelen zou willen werken. 9% zou (misschien) bij twee van de defensieonderdelen willen werken en 11% is uitgesproken en zou (misschien) bij één van de drie defensieonderdelen willen werken. Bijna twee derde (63%) geeft aan (zeker) niet bij één van de drie defensieonderdelen te willen werken.



Wanneer we kijken naar de aantrekkelijkheid van de Koninklijke Luchtmacht als werkgever onder de influentials dan zien we dat decanen en het algemeen publiek positief zijn over de Koninklijke Luchtmacht als werkgever. Ouders zijn minder positief (zie figuur 5.1.2).

**Figuur 5.1.2: Aantrekkelijkheid Koninklijke Luchtmacht als werkgever**



Bij de ouders zijn overigens geen verschillen in aantrekkelijk gevonden tussen vaders en moeders. Ook maakt het voor ouders niet uit of zij de Koninklijke Luchtmacht als werkgever voor hun zoon of dochter beoordelen.



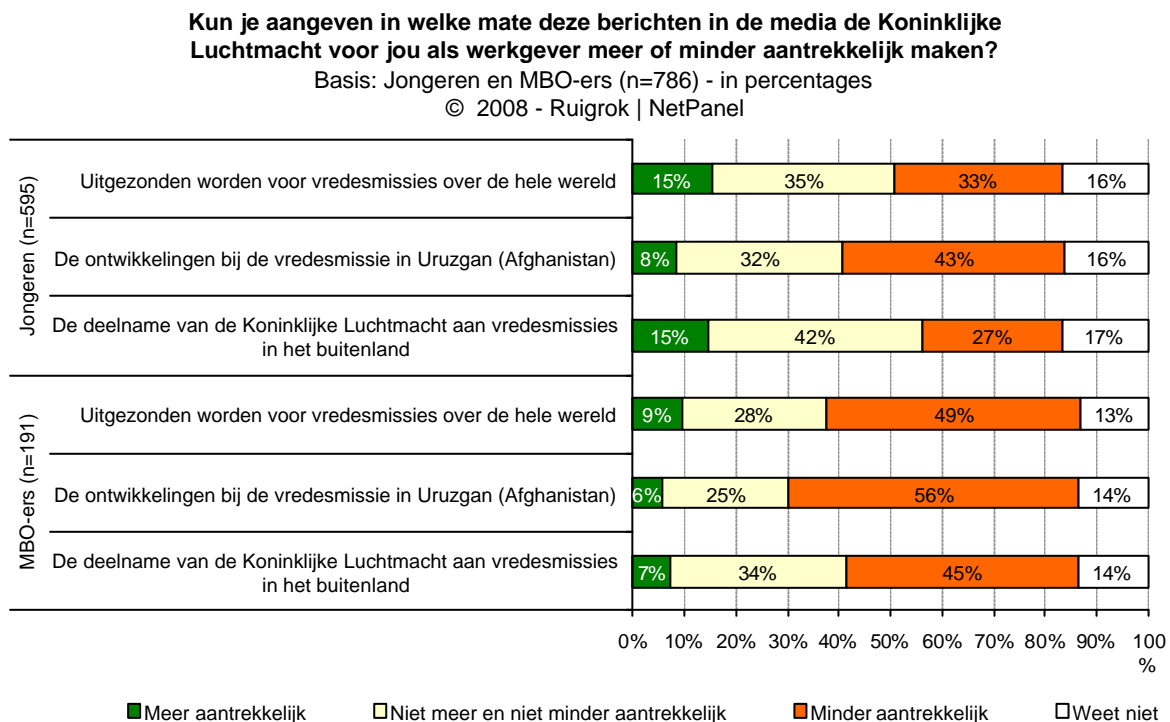
## 5.2 Berichten in de media

Ook voor de Koninklijke Luchtmacht is door middel van een aantal vragen achterhaald of de doelgroep iets over de Koninklijke Luchtmacht in de media heeft gezien en welke gevolgen deze berichten hebben op het imago van de Koninklijke Luchtmacht als werkgever.

Spontaan geeft ruim drie vijfde (62%) van de jongeren aan het afgelopen halfjaar iets gezien, gehoord of gelezen te hebben in de media over de Koninklijke Luchtmacht. Zij geven voornamelijk aan de wervingscampagnes van de Koninklijke Luchtmacht gezien te hebben. Ongeveer een op de acht (13%) geeft aan iets gezien te hebben dat verband houdt met de vredesmissies waaraan de Koninklijke Luchtmacht deelneemt.

Wanneer we de jongeren berichten uit de media voorleggen, blijkt dat deze berichten de Koninklijke Luchtmacht als werkgever voor een groot deel van de doelgroep minder aantrekkelijk maakt (zie figuur 5.2.1). Met name onder jongeren die nog een opleiding volgen hebben de berichten over de ontwikkelingen bij de vredesmissie in Uruzgan een negatief effect op de aantrekkelijkheid van de Koninklijke Luchtmacht als werkgever.

**Figuur 5.2.1: Effect van berichten in de media**







Opvallende verschillen tussen doelgroepen:

- Havo/vwo-scholieren en hbo/wo-studenten vinden de ontwikkelingen bij de vredesmissie in Uruzgan meer negatief voor de Koninklijke Luchtmacht als werkgever dan vmbo-scholieren.
- Jongeren die (zeker) niet bij de Koninklijke Luchtmacht willen werken geven vaker dan jongeren die er (misschien) wel willen werken aan dat de genoemde berichten de Koninklijke Luchtmacht als werkgever minder aantrekkelijk maken.
- Uitgezonden worden voor vredesmissies over de hele wereld en de ontwikkelingen bij de vredesmissie in Uruzgan maakt de Koninklijke Luchtmacht als werkgever voor niet-westerse jongeren minder vaak onaantrekkelijker dan voor westerse jongeren.

Net als bij jongeren maken de berichten in de media de Koninklijke Luchtmacht als werkgever voor influencers minder aantrekkelijk (zie figuur 5.2.2). Met name de berichten over de ontwikkelingen bij de vredesmissie in Uruzgan hebben een negatief effect op de aantrekkelijkheid van de Koninklijke Luchtmacht als werkgever.

**Figuur 5.2.2: Effect van berichten in de media (%minder aantrekkelijk)**

	<b>Jongeren</b>	<b>Werkende mbo-ers</b>	<b>Ouders</b>	<b>Decanen</b>	<b>Algemeen Publiek</b>
De deelname van de Koninklijke Luchtmacht aan vredesmissies in het buitenland	27%	45%	46%	14%	29%
De ontwikkelingen bij de vredesmissie in Uruzgan (Afghanistan)	43%	56%	65%	42%	52%
Uitgezonden worden voor vredesmissies over de hele wereld	33%	49%	48%	18%	28%

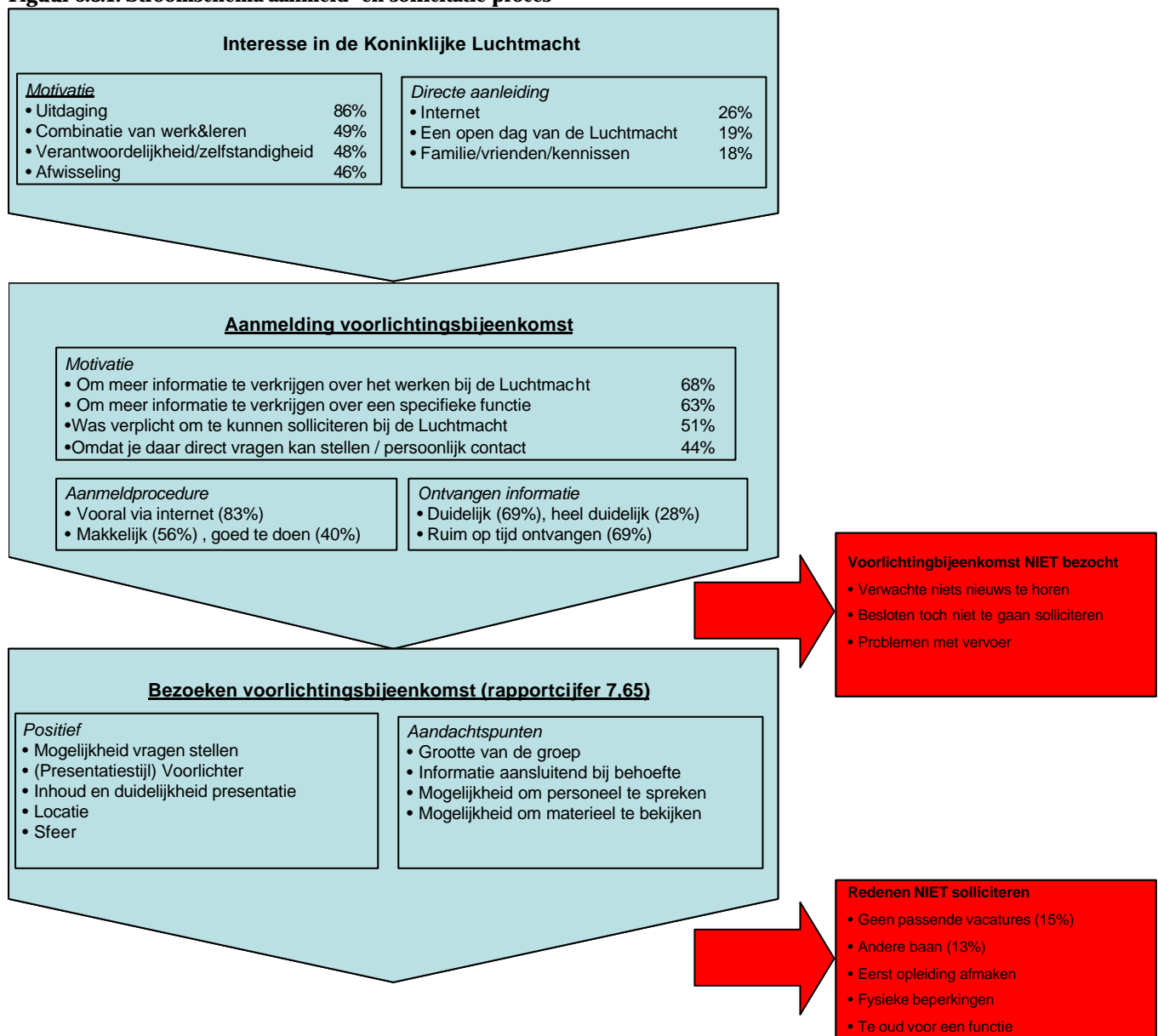
Er zijn geen verschillen gevonden tussen ouders die positief zijn over de Koninklijke Luchtmacht als werkgever voor hun kind en ouders die negatief zijn over de Koninklijke Luchtmacht als werkgever voor hun kind.

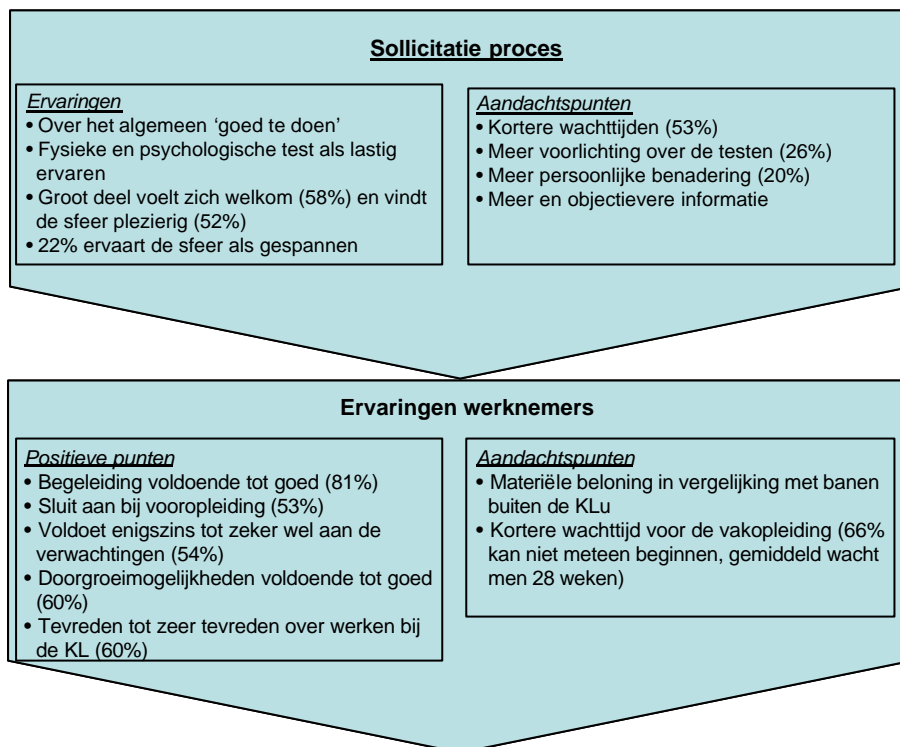


### 5.3 Aanmeld- en sollicitatie proces

In deze paragraaf behandelen we de ervaring en waardering van het aanmeld- en sollicitatie proces door geïnteresseerden en werknemers met maximaal een jaar ervaring. De resultaten van dit onderdeel van het onderzoek zijn samengevat in figuur 5.3.1.

**Figuur 5.3.1: Stroomschema aanmeld- en sollicitatie proces**





#### Toelichting bij het stroomschema:

**Aanmelding voorlichtingsbijeenkomst:** Het merendeel van de geïnteresseerden (68%) meldt zich aan voor een voorlichtingsbijeenkomst om meer informatie te krijgen over het werken bij de Luchtmacht. Daarnaast geeft men aan zich aan te melden om meer informatie te krijgen over specifieke functies (63%). Meer dan de helft (51%) meldt zich (ook) aan omdat het verplicht is om te kunnen solliciteren. Het aanmelden via internet verloopt makkelijk / is goed te doen.

**Voorlichtingsbijeenkomst niet bezocht:** Geïnteresseerden die zich aangemeld hebben, maar de voorlichtingsbijeenkomst niet bezocht hebben noemen de volgende redenen:

- Ik verwachtte niets nieuws te horen (n=2);
- Ik had geen vervoer (n=1);
- Ik had al een open dag gezocht (n=1);
- Na het lezen van de toegezonden informatie geen interesse meer (n=1);
- Andere baan genomen (n=1);
- De eerste keer vertraging met het OV, de tweede keer bleek er geen voorlichting te zijn (n=1).



**Bezoeken voorlichtingsbijeenkomst:** De voorlichtingsbijeenkomst wordt gemiddeld met een 7,7 beoordeeld. De mogelijkheid om vragen te stellen (97% redelijk tot goed) wordt als beste gewaardeerd. Daarnaast is men zeer tevreden over de (presentatiestijl van de) voorlichter, de duidelijkheid en inhoud presentatie, de sfeer tijdens de voorlichting en de locatie. Uit de open antwoorden komt naar voren dat bezoekers met name de gelegenheid om met personeel persoonlijk te praten en hen vragen te kunnen stellen zeer positief wordt beoordeeld: *Je kunt persoonlijk vragen stellen aan bijvoorbeeld een F-16 piloot.* Daarnaast geeft een deel van de bezoekers aan dat de voorlichters eerlijk zijn over het werken bij de Luchtmacht: *Er werden niet alleen mooie verhalen verteld, maar ook de negatieve kanten werden belicht.* Een ander positief aspect van de voorlichting zijn de activiteiten en demonstraties op de vliegbasis: *Doordat het concreet op een vliegbasis was heb ik de sfeer kunnen proeven, Het is positief dat je in de hangar kunt kijken waar de monteurs aan het werk zijn en Door de vliegshow werd ik extra gestimuleerd.*

Aandachtspunten voor de voorlichtingsbijeenkomst zijn de groepsgrootte en de mate waarin de gegeven informatie aansluit bij de behoefte van de geïnteresseerden. Uit de open antwoorden komt naar voren dat de groepen soms te groot en soms te klein worden gevonden: *Te grote groep, waardoor je weinig mogelijkheid had om persoonlijke vragen te stellen en Ik had het drukker verwacht.* Een aantal deelnemers geeft aan dat de informatie veelal gericht is op vliegers en niet op andere functies: *Er werd voornamelijk informatie gegeven over piloten en veel minder over andere functies bij de Luchtmacht.* Bezoekers van de voorlichting die aangeven iets gemist te hebben, geven aan dat men uitgebreide informatie mist over de verschillende functies, de doorgroeimogelijkheden, het salaris, de opleidingen, de selectievoorwaarden en over herintreden: *Ik wil meer informatie over de selectieprocedure, Ik wil meer duidelijkheid over de arbeidsvoorwaarden en het salaris en Ik wou graag meer weten over de technische functies, maar daar werd weinig over gesproken.*

Een derde (33%) van de bezoekers geeft aan dat hun beeld van de Luchtmacht na de voorlichtingsbijeenkomst veranderd is. Zij geven voornamelijk aan een positiever beeld gekregen te hebben: *Na de voorlichting wilde ik alleen maar sneller bij de Luchtmacht.* Daarnaast geeft men aan dat het beeld van de organisatie duidelijker en vollediger geworden is: *Er komt veel meer bij kijken dan ik had verwacht en Ik heb meer inzicht gekregen in het dagelijkse werk van het personeel.* Daarnaast valt op dat een deel van de bezoekers een ander beeld heeft gekregen van de sfeer binnen de Luchtmacht: *Ik had een strenge sfeer verwacht en Het is veel gemoedelijker en minder streng dan ik dacht.*

**Redenen niet solliciteren:** Net als bij het niet bezoeken van de voorlichtingsbijeenkomst hebben de belangrijkste redenen om niet te solliciteren te maken met persoonlijke omstandigheden. Deze zijn minder goed door de Koninklijke Luchtmacht te beïnvloeden. Men noemt onder andere het willen afmaken van de (huidige) opleiding (*Ik heb besloten eerst mijn HBO opleiding af te maken*), fysieke beperkingen (te klein, licht, zwaar, slechte ogen) en dat zij een andere baan gevonden / gekozen hebben (*Ik heb gesolliciteerd bij de KMA en ben*



aangenomen). Daarnaast geeft een aantal geïnteresseerden aan te jong of te oud te zijn. Ook speelt voor een aantal 'afhakers' het salaris en de contractduur een rol: *Ik heb geen zin om meteen 8 jaar vast te zitten en Ik kreeg geen contract voor onbepaalde tijd.*

**Sollicitatieproces:** Het sollicitatieproces wordt over het algemeen positief beoordeeld. Alleen de fysieke en psychologische test en het gesprek met de AAC worden door een aantal sollicitanten als lastig ervaren. Vrouwen blijken de fysieke test moeilijker te vinden dan mannen.

Belangrijkste aandachtspunt voor de sollicitatieprocedure zijn de wachttijden tussen de verschillende testen: *Wachttijden zijn af en toe wel erg lang, ik heb 5 weken moeten wachten op het resultaat van mijn ogentest op CMH en Probeer de tijden tussen de verschillende onderzoeken te verkorten.* Daarnaast geeft men aan dat men meer voorlichting wil over de testen en een meer persoonlijke benadering: *Beter uitleg tijdens de simulator vluchten en Ontvangst aan de poort was onvriendelijk en de test leek ook niet op mijn persoonlijke situatie afgestemd, zo kreeg ik als 28-jarige hoger opgeleide met werkervaring tijdens de psychologische test de vraag of ik al eens alleen op vakantie was geweest en of ik zelfstandig met geld kon omgaan.*

Wanneer we kijken naar de verschillen tussen de keuringslocaties Amsterdam en Soesterberg, dan zien we dat sollicitanten die gekeurd zijn in Soesterberg de psychologische test en het invullen van het veiligheidsonderzoek moeilijker vinden dan sollicitanten die in Amsterdam gekeurd zijn. Daarnaast wordt de sfeer in Amsterdam als meer ontspannen beoordeeld.

**Ervaringen werknemers:** Werknemers die in hun eerste werkjaar zitten, zijn over het algemeen positief. Met name de begeleiding ervaart men als positief. Wat opvalt, is dat de mate waarin de vooropleiding aansluit bij het niveau van de vakopleiding, de mate waarin het werken voldoet aan het beeld dat men had na de voorlichting en de materiële beloning relatief slecht scoren.

De belangrijkste reden die men noemt waarom het werken niet voldoet aan de verwachtingen die men vooraf had en/of waarom men niet tevreden is over het werken bij de Koninklijke Luchtmacht, is het wachten voordat men met de vooropleiding kan beginnen: *Een zeer lange PTA tijd, de opleiding zou eerst in maart 2008 aanvangen, toen werd het juni en nu is dat oktober 2008, Ik wacht al vier maanden op mijn vervolgtraject om te kunnen beginnen, maar het is nog steeds niet bekend en Het is nog steeds afwachten wanneer mijn opleiding gaat beginnen.*

Drie vijfde (61%) van de werknemers geeft aan dat zij niet meteen met deze opleiding konden beginnen. Wanneer we kijken naar de tijd die men moet wachten voordat men van start kan met de vakopleiding, dan geven werknemers aan twee tot 52 weken gewacht te hebben. Gemiddeld wacht met 28 weken voordat men met de vakopleiding kan starten.



Werknemers geven aan als ze dit vooraf geweten hadden, ze (misschien) niet bij de Koninklijke Luchtmacht gesolliciteerd hadden.

De materiële beloning valt een groot deel van de werknemers tegen. In vergelijking met functies in de burgermaatschappij vindt men deze aan de lage kant en men vindt deze ook niet in verhouding staan met de verantwoordelijkheden en risico's die werken bij de Koninklijke Luchtmacht met zich meebrengt: *Ik vind het loon aan de lage kant omdat je eigenlijk als technicus in de burgermaatschappij meer kunt verdienen en Bij de Luchtmacht zijn meer risico's dus vind ik het salaris in verhouding met andere beroepen weinig.* Daarnaast zou men meer tegemoetkoming willen zien voor het lange wachten en voor onkosten die men maakt: *Ik vind dat je voor de lange wachttijden wel een goede financiële tegemoetkoming moet krijgen, ik loop wel twee jaar vliegvergoeding mis en Helaas krijg ik vrijwel geen reiskostenvergoeding.*

Om de Koninklijke Luchtmacht als werkgever aantrekkelijker te maken, geven werknemers aan dat mensen buiten de Koninklijke Luchtmacht zouden moeten weten dat:

- Er een menselijke en sociale sfeer heerst binnen de organisatie: *De sfeer en de groepscohesie en Dat de Luchtmacht er van buiten heel 'militair' uitziet maar dat het in werkelijkheid best meevalt. Het is een sociale groep mensen waar de hiërarchie alleen op zijn tijd geldt en verder iedereen 'normaal' met elkaar omgaat.*
- De Koninklijke Luchtmacht flexibel is: *De Luchtmacht is flexibeler dan de Landmacht en De flexibiliteit van het aantal dagen dat het mogelijk is om te werken.*
- De Koninklijke Luchtmacht goede arbeidsvoorwaarden heeft: *Alles waar je voor betaald wordt zou beter naar buiten gebracht moeten worden, niet alleen je studie, maar ook je verzekering, onderdak en reiskosten en Goede verzekering, ook voor het gezin.*

Het belangrijkste aandachtspunt in het eerste jaar van werknemers is de lange wachttijd voordat men met de vakopleiding kan beginnen. Drie vijfde (61%) van de werknemers geeft aan dat zij niet meteen met deze opleiding konden beginnen. Wanneer we kijken naar de tijd die men moet wachten voordat men van start kan met de vakopleiding, dan geven werknemers aan twee tot 52 weken gewacht te hebben. Gemiddeld wacht met 28 weken voordat men met de vakopleiding kan starten. Werknemers geven aan als ze dit vooraf geweten hadden, ze (misschien) niet bij de Koninklijke Luchtmacht gesolliciteerd hadden.



Naast de stappen van het aanmeld- en sollicitatieproces die in het stroomschema beschreven staan, hebben we geïnteresseerden ook gevraagd naar hun beoordeling van de website.

### **Website**

Een van de informatiebronnen die geïnteresseerden gebruiken in het oriëntatieproces is de website. Bijna alle ondervraagde geïnteresseerden en werknemers hebben bij hun oriëntatie de website [www.luchtmacht.nl](http://www.luchtmacht.nl) bezocht. Het algemene oordeel over de website is zeer positief. Wanneer we kijken naar het belang van de website, dan zien we de website in het hele proces is belangrijk als belangrijk wordt gezien. Het belang van de website komt ook naar voren uit de frequentie waarmee men de website bezoekt. Meer dan de helft van de geïnteresseerden (54%) geeft aan de website meer dan vijf keer bezocht te hebben.



## 5.4 Conclusies en aanbevelingen

### ▪ Invloed berichten in de media

Hoofdconclusie: Berichten uit de media over de vredesmissies in het algemeen en de missie in Uruzgan in het bijzonder hebben een negatieve invloed op de aantrekkelijkheid van de Koninklijke Luchtmacht als werkgever.

#### Toelichting:

Het beeld dat werken bij de Koninklijke Luchtmacht gevaarlijk is, kan gedeeltelijk verklaard worden door berichten in de media. Dit betreft dan vooral de berichten rondom de vredesmissie in Uruzgan en rond andere vredesmissies. Dat deze berichten invloed hebben op de aantrekkelijkheid van de Koninklijke Luchtmacht als werkgever blijkt uit het feit dat jongeren die er (zeker) niet willen werken, aangeven dat berichten in de media de Koninklijke Luchtmacht als werkgever in sterke mate minder aantrekkelijk maakt.

### ▪ Aanmeld- en sollicitatieproces

Hoofdconclusie: Het aanmeld- en sollicitatieproces van de Koninklijke Luchtmacht wordt over het algemeen positief beoordeeld. Het belangrijkste aandachtspunt in de voorlichting is meer mogelijkheden om met personeel bij de Koninklijke Luchtmacht te spreken en de mate waarin de gegeven informatie aansluit bij de behoeften van geïnteresseerden. Het belangrijkste aandachtspunt in het sollicitatieproces is het verkorten van de wachttijden tussen de verschillende testen. Een aandachtspunt voor nieuw aangenomen werknemers is het verkorten van de wachttijd voordat men aan de vakopleiding kan beginnen.

#### Toelichting:

Het aanmeldingsproces voor een voorlichtingsbijeenkomst verloopt makkelijk. De toegezonden informatie is duidelijk en wordt ruim op tijd ontvangen. Jongeren die zich aangemeld hebben, maar de voorlichtingsbijeenkomst uiteindelijk niet hebben bezocht, geven aan dat ze niet verwachtten iets nieuws te horen, ze al besloten hadden om niet te solliciteren of dat men problemen had met het vervoer naar de voorlichtingsbijeenkomst.

De voorlichtingsbijeenkomst wordt zeer positief beoordeeld. Tijdens de voorlichting is er voldoende mogelijkheid tot vragen stellen, de presentaties zijn duidelijk en worden op een aansprekende manier gehouden door de voorlichter. Dit resulteert in een duidelijker en realistischer beeld van een baan bij de Koninklijke Luchtmacht. Bezoekers van de voorlichtingsbijeenkomsten geven wel aan dat de informatie niet altijd aansluit bij hun eigen behoeften. Men is vooral geïnteresseerd in informatie over specifieke functies (niet alleen over vlieger functies), de doorgroeimogelijkheden, het salaris, de opleidingen, de selectieprocedure en over herintreden. Ook de groepsgrootte is een aandachtspunt (niet te groot maar ook niet te klein).





Net als bij het niet bezoeken van de voorlichtingsbijeenkomst hebben de belangrijkste redenen om niet te solliciteren niet te maken met het voorlichtingsproces, maar met persoonlijke omstandigheden. Deze zijn minder goed te beïnvloeden door de Koninklijke Luchtmacht. Voorbeelden hiervan zijn fysieke beperkingen en te jong of te oud zijn voor een functie bij de Koninklijke Luchtmacht. Daarnaast wil ook een deel eerst hun huidige opleiding afmaken, geeft men aan dat er geen passende vacatures waren of heeft men al een andere baan gevonden. Een enkeling geeft aan niet tevreden te zijn over de contractduur (8 jaar).

De sollicitanten vinden de sfeer tijdens het sollicitatieproces over het algemeen plezierig en men voelt zich welkom. Een beperkt deel ervaart de sfeer als gespannen. Tijdens het sollicitatieproces wordt vooral de tijd tussen de verschillende testen en de tijd tussen de sollicitatie en de oproep als negatief ervaren. De wachttijd zal dus beperkt moeten blijven. Verder kan de voorlichting over de testen verbeterd worden (wat kan men verwachten, objectieve informatie) en wenst men tijdens de testen een persoonlijkere benadering door het personeel en de keuringsartsen.

Werknemers ervaren het eerste jaar bij de Koninklijke Luchtmacht als positief. De begeleiding wordt als goed tot zeer goed gezien, de vakopleiding sluit goed aan bij de vooropleiding en het werken voldoet aan de verwachtingen die men vooraf had. Ook over de doorgroeimogelijkheden die de Koninklijke Luchtmacht biedt is men tevreden. Aandachtspunten zijn sneller kunnen starten met de vakopleiding en de materiële beloning in vergelijking met banen buiten de Koninklijke Luchtmacht. Twee derde van de werknemers geeft aan dat zij niet meteen met de vakopleiding konden beginnen. Gemiddeld wacht men 28 weken tot men met deze opleiding kan beginnen. Wat betreft de materiële beloning heeft een aantal werknemers het idee dat men in een vergelijkbare functie buiten de Koninklijke Luchtmacht meer geld zou kunnen verdienen.

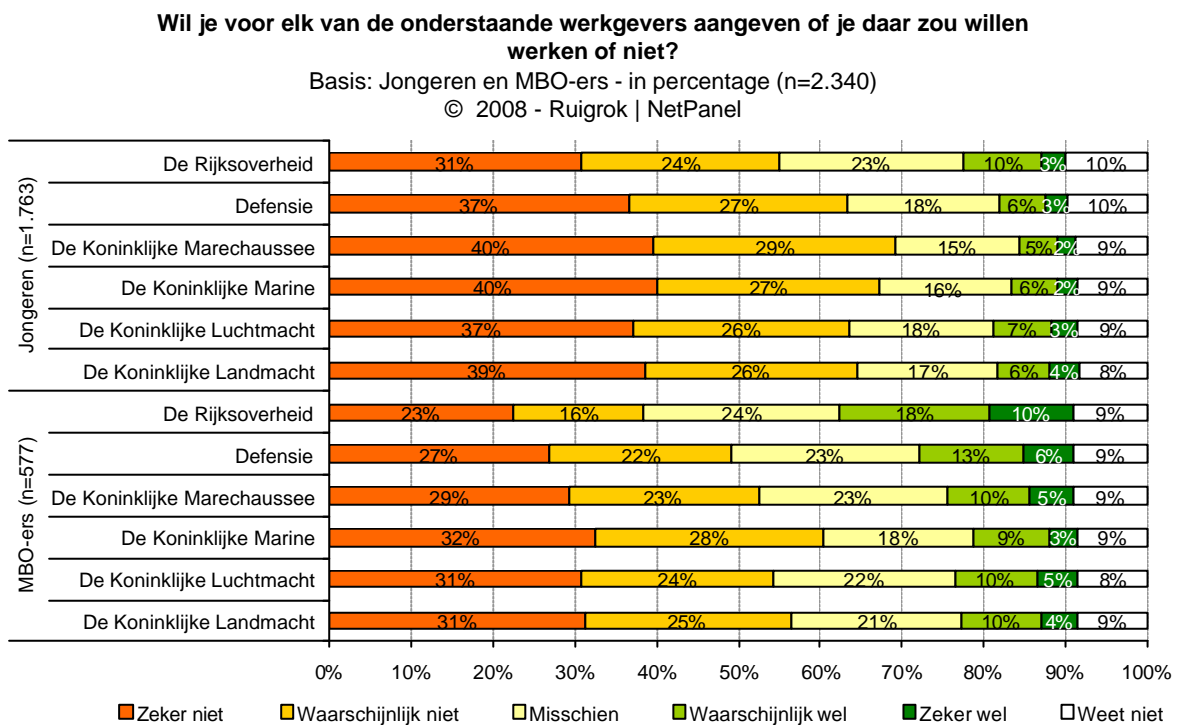


# 6 RESULTATEN KONINKLIJKE MARINE

## 6.1 Aantrekkelijkheid als werkgever

De Koninklijke Marine wordt door een groot deel van de doelgroep niet als een aantrekkelijke werkgever gezien (zie figuur 6.1.1). Ten opzichte van andere defensieonderdelen verschilt de Koninklijke Marine in aantrekkelijkheid weinig.

**Figuur 6.1.1: Aantrekkelijkheid verschillende werkgevers**

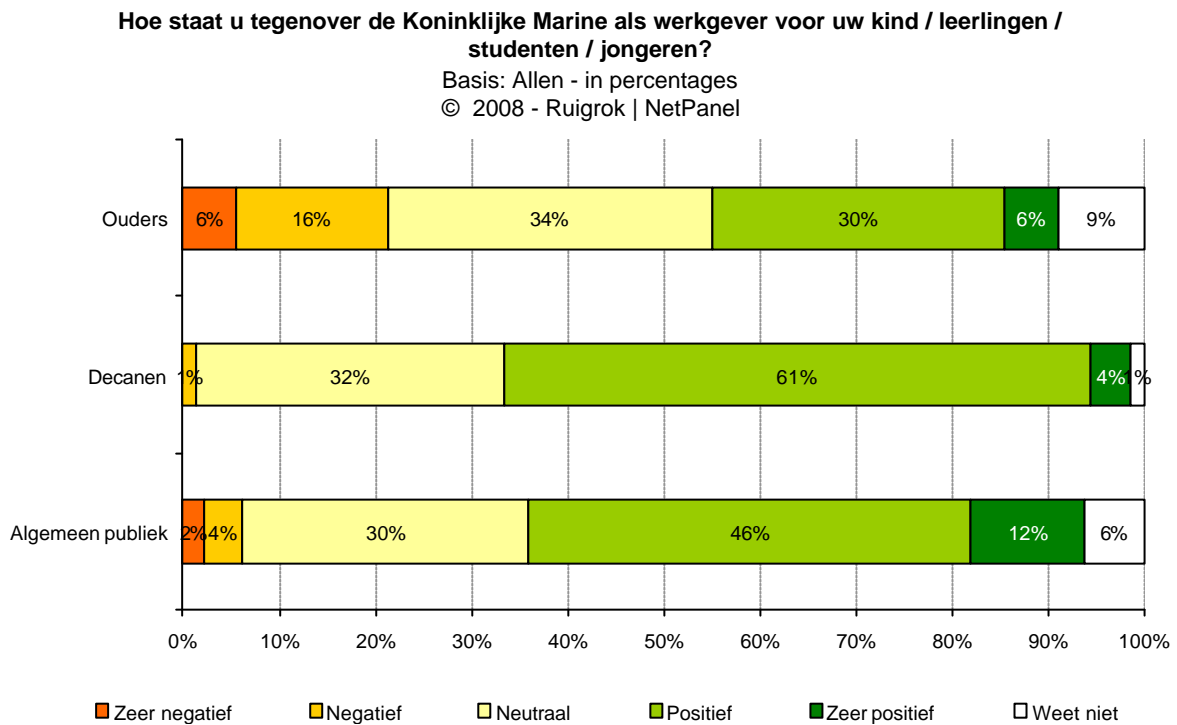


Wanneer we kijken naar de overlap tussen de verschillende defensieonderdelen, zien we dat 17% van de jongeren (misschien) bij alle drie de defensieonderdelen zou willen werken. 9% zou (misschien) bij twee van de defensieonderdelen willen werken en 11% is uitgesproken en zou (misschien) bij één van de drie defensieonderdelen willen werken. Bijna twee derde (63%) geeft aan (zeker) niet bij één van de drie defensieonderdelen te willen werken.



Wanneer we kijken naar de aantrekkelijkheid van de Koninklijke Marine als werkgever onder de influentials dan zien we dat decanen en het algemeen publiek positief zijn over de Koninklijke Marine als werkgever. Ouders zijn minder positief (zie figuur 6.1.2).

**Figuur 6.1.2: Aantrekkelijkheid Koninklijke Marine als werkgever**



Moeders zijn significant minder positief over de Koninklijke Marine als werkgever dan vaders. Het maakt voor ouders overigens niet uit of zij de Koninklijke Marine als werkgever voor hun zoon of dochter beoordelen.



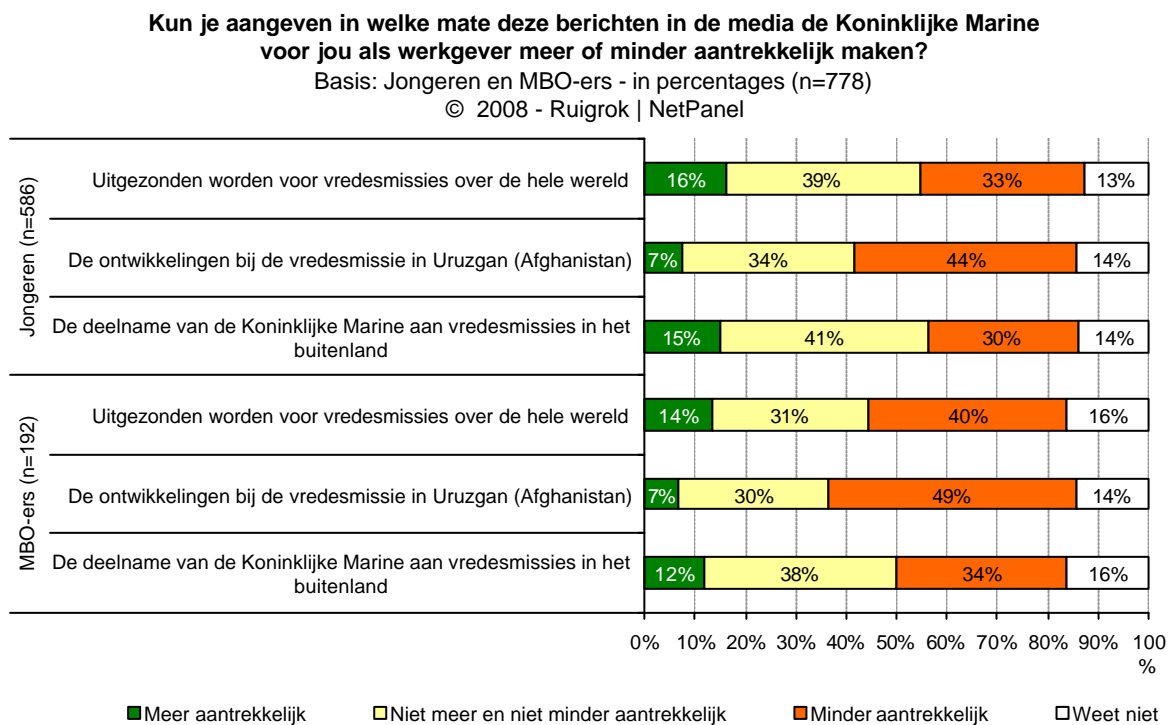
## 6.2 Berichten in de media

Door middel van een aantal vragen is achterhaald of de doelgroep iets over de Koninklijke Marine in de media heeft gezien en welke gevolgen deze berichten hebben op het imago van de Koninklijke Marine als werkgever.

Spontaan geeft bijna drie vijfde (57%) van de jongeren aan het afgelopen halfjaar iets gezien, gehoord of gelezen te hebben in de media over de Koninklijke Marine. Zij geven voornamelijk aan de wervingscampagnes van de Koninklijke Marine gezien te hebben. Ongeveer een tiende (9%) geeft aan in de media berichten over de vredesmissies in Irak, Afghanistan en/of Libanon gezien te hebben. Enkele jongeren (2%) verwijzen expliciet naar de doden die tijdens de vredesmissies gevallen zijn. Daarnaast geven enkele jongeren (3%) aan iets gehoord te hebben over (sexuele) misdragingen aan boord of van mariniers in Noorwegen.

Wanneer we de jongeren berichten uit de media voorleggen over de Koninklijke Marine, blijkt dat deze berichten de Koninklijke Marine als werkgever voor een groot deel van de doelgroep minder aantrekkelijk maakt (zie figuur 6.2.1). Met name de ontwikkelingen bij de vredesmissie in Uruzgan hebben een negatief effect op de Koninklijke Marine als werkgever.

**Figuur 6.2.1: Effect van berichten in de media**



### Opvallende verschillen tussen doelgroepen:

- Het uitgezonden worden voor vredesmissies over de hele wereld maakt voor vrouwen sterker dan voor mannen de Koninklijke Marine als werkgever minder aantrekkelijk.



- De genoemde ontwikkelingen maakt de Koninklijke Marine als werkgever voor jongeren die er (zeker) niet willen gaan werken vaker onaantrekkelijk dan voor jongeren die er (misschien) willen werken.

Net als bij jongeren maken de berichten in de media de Koninklijke Marine als werkgever voor influencers minder aantrekkelijk (zie figuur 6.2.2). Met name de ontwikkelingen bij de vredesmissie in Uruzgan hebben een negatief effect op de Koninklijke Marine als werkgever.

**Figuur 6.2.2: Effect van berichten in de media (%minder aantrekkelijk)**

	<b>Jongeren</b>	<b>Werkende mbo-ers</b>	<b>Ouders</b>	<b>Decanen</b>	<b>Algemeen Publiek</b>
De deelname van de Koninklijke Marine aan vredesmissies in het buitenland	30%	34%	38%	14%	23%
De ontwikkelingen bij de vredesmissie in Uruzgan (Afghanistan)	44%	49%	57%	54%	56%
Uitgezonden worden voor vredesmissies over de hele wereld	33%	40%	36%	14%	22%

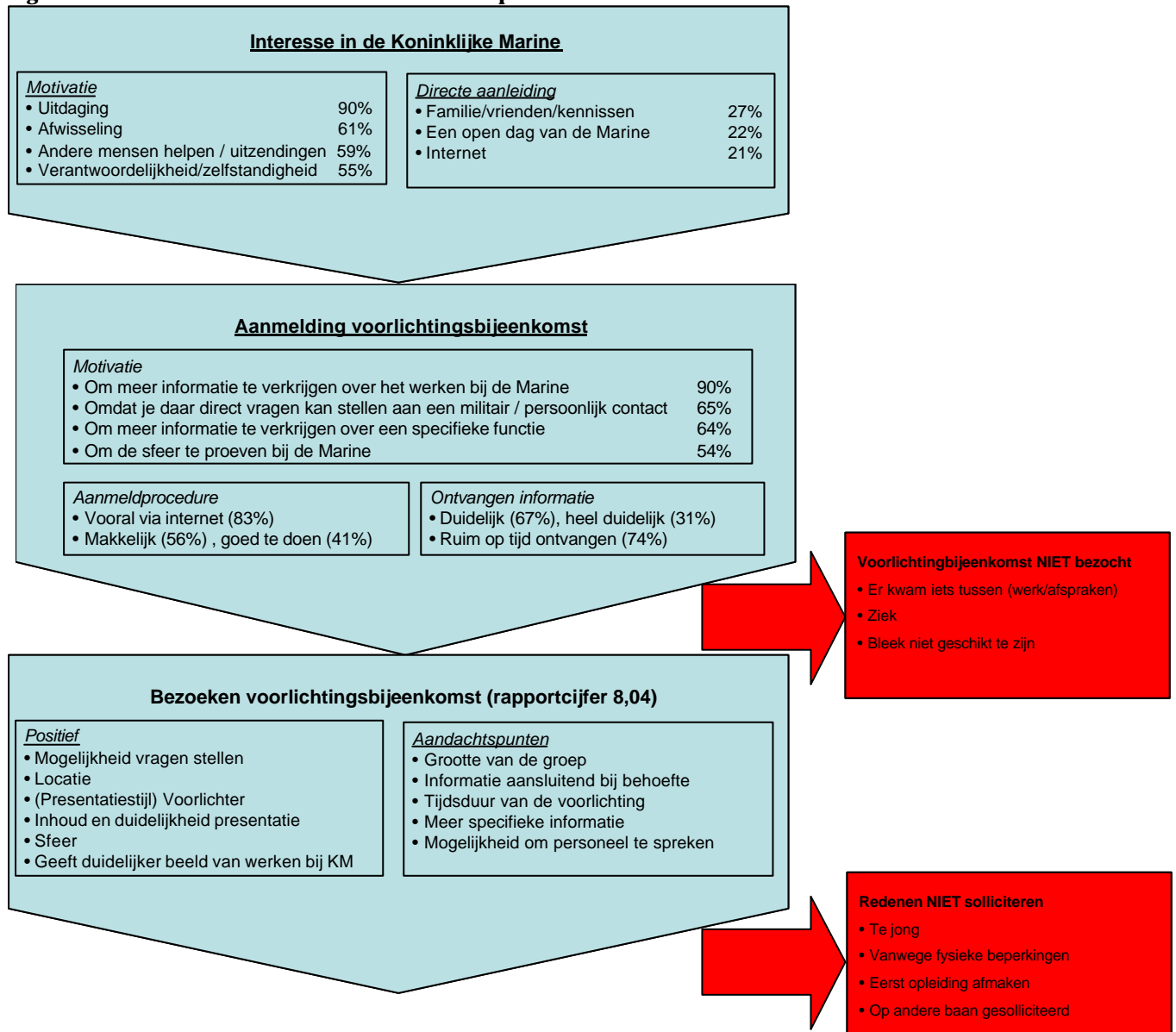
Ouders die positief zijn over de Koninklijke Marine als werkgever voor hun kind staan positiever tegenover het uitgezonden worden voor vredesmissies over de hele wereld dan ouders die negatief zijn over de Koninklijke Marine als werkgever voor hun kind. Met betrekking tot de vredesmissie in Uruzgan zijn geen verschillen gevonden.

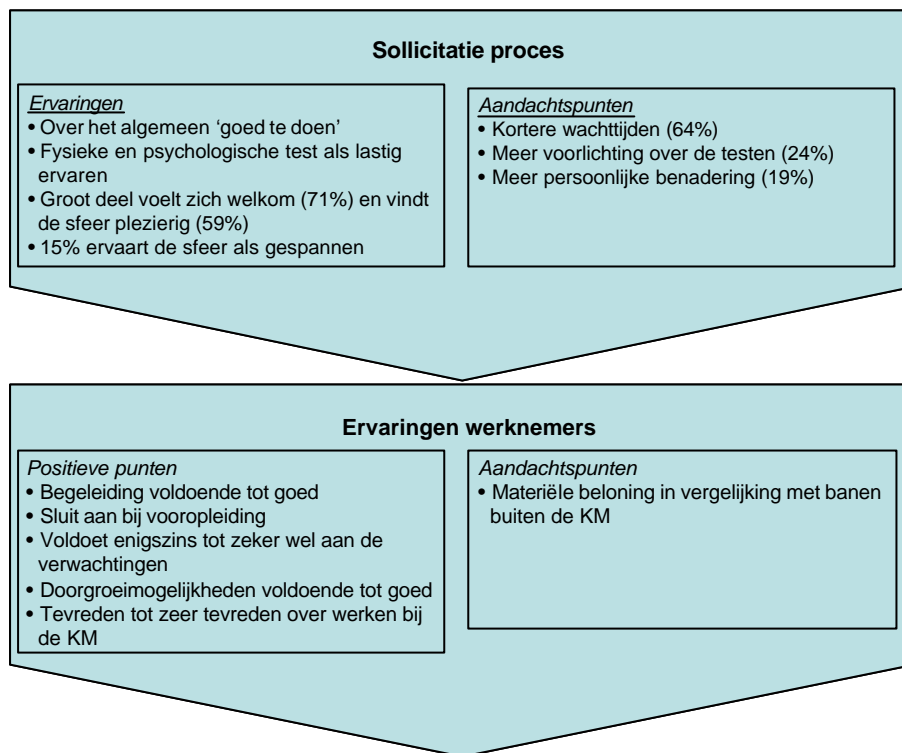


### 6.3 Aanmeld- en sollicitatie proces

In deze paragraaf behandelen we de ervaring en waardering van het aanmeld- en sollicitatie proces door geïnteresseerden en werknemers met maximaal een jaar ervaring. De resultaten van dit onderdeel van het onderzoek zijn samengevat in figuur 6.3.1.

**Figuur 6.3.1: Stroomschema aanmeld- en sollicitatie proces**





#### Toelichting bij het stroomschema:

**Aanmelding voorlichtingsbijeenkomst:** Het merendeel van de geïnteresseerden (90%) meldt zich aan voor een voorlichtingsbijeenkomst om meer informatie te krijgen over het werken bij de Marine. Daarnaast geeft men aan zich aan te melden om direct vragen te kunnen stellen (65%) en om meer informatie te krijgen over specifieke functies (64%). Meer dan de helft (54%) meldt zich (ook) aan voor de voorlichtingsbijeenkomst om de sfeer bij de Marine te proeven. Het aanmelden via internet verloopt makkelijk / is goed te doen. Geïnteresseerden die de aanmeldprocedure (zeer) moeilijk vinden (3%) geven aan dat er veel naar specifieke informatie wordt gevraagd. Vaak kan men zich bepaalde schoolresultaten niet meer herinneren, waardoor de procedure ingewikkelder lijkt. Ook is tijdens het aanmelden de website bij enkele geïnteresseerden vastgelopen. Bij een enkeling stond de vooropleiding niet in de keuzefilter.

**Voorlichtingsbijeenkomst niet bezocht:** Geïnteresseerden die zich aangemeld hebben, maar de voorlichtingsbijeenkomst niet bezocht hebben wijten dit voornamelijk aan zichzelf en minder aan de Koninklijke Marine. Zij geven met name aan dat er iets tussen kwam. Daarnaast geeft men in de open antwoorden aan dat men toch al wist dat men niet geschikt zou zijn voor een functie bij de Marine (vanwege fysieke redenen) of dat ten tijde van de voorlichting ziek was. Volgens het grootste deel van deze groep had de Marine niets kunnen doen om hen over te halen. Een geïnteresseerde die ver moest reizen om de voorlichting te bezoeken geeft aan dat hij/zij zou willen dat de Marine een overnachting regelt: *Vanuit Zeeland is het niet mogelijk om met het OV 's ochtends vroeg in Den Helder te zijn.*



**Bezoeken voorlichtingsbijeenkomst:** De voorlichtingsbijeenkomst wordt gemiddeld met een 8,0 beoordeeld. De mogelijkheid om vragen te stellen (98% redelijk tot goed) wordt als beste gewaardeerd. Daarnaast is men zeer tevreden over de duidelijkheid van de informatie, de inhoud van de presentatie, de locatie en de sfeer tijdens de voorlichting. Uit de open antwoorden komt naar voren dat de gelegenheid om met marinepersoneel persoonlijk te praten en vragen aan te kunnen stellen zeer positief over komt op de deelnemers: *Direct contact met personeelsleden van de Marine zodat je meteen je vragen kon stellen.* Een ander positief aspect van de voorlichting zijn de activiteiten en demonstraties: *We gingen de hele middag varen en kregen allerlei demonstraties, geweldig!*

Aandachtspunten voor de voorlichtingsbijeenkomst zijn de groepsgrootte en meer specifiekere informatie. Uit de open antwoorden komt naar voren dat de groepen soms te groot en soms te klein worden gevonden: *We waren maar met twee mensen en Het was een beetje een grote groep, waardoor het meer leek op een rondleiding door een museum.* Een aantal deelnemers is minder te spreken over de informatie over specifieke functies: *Het kwam niet helemaal overeen met de functie waar ik geïnteresseerd ben en Er wordt niet op alle functies even diep ingegaan.* Bezoekers van de voorlichting die aangeven iets gemist te hebben, geven ook aan dat men uitgebreide informatie mist over de verschillende functies, de doorgroeimogelijkheden, salaris en opleidingen: *Ik wilde meer duidelijkheid omtrent een wetenschappelijke opleiding aan het KIM.* Ook geeft men aan dat men informatie mist over de medische keuring: *Ze moeten je vertellen dat je in no-time medisch wordt afgekeurd.*

Ruim twee vijfde (42%) van de bezoekers geeft aan dat hun beeld van de Marine na de voorlichtingsbijeenkomst veranderd is. Zij geven aan een positiever beeld gekregen te hebben: *Door deze informatie heb ik besloten om te gaan solliciteren.* Daarnaast geeft men aan dat het beeld van de organisatie duidelijker en vollediger geworden is: *De Marine heeft meer verschillende functies dan ik dacht en Mijn beeld over de sfeer bij de Marine is veel door de voorlichting veel duidelijker geworden.*





**Redenen niet solliciteren:** Net als bij het niet bezoeken van de voorlichtingsbijeenkomst hebben de belangrijkste redenen om niet te solliciteren te maken met persoonlijke omstandigheden. Deze zijn minder goed door de Koninklijke Marine te beïnvloeden. Men noemt onder andere het willen afmaken van de(huidige) opleiding, fysieke beperkingen (te klein, licht, zwaar, slechte ogen) en dat zij een andere baan gevonden / gekozen hebben (*Ik wil toch liever bij de Koninklijke Landmacht*). Daarnaast geven twee geïnteresseerden aan de toekomstperspectieven die men heeft nadat men bij de Marine gewerkt heeft niet aantrekkelijk te vinden: *Ik vind het zonde van mijn VWO diploma om een aantal jaar kwijt te zijn bij de marine en vervolgens in het burgerleven minder kansen te hebben en De opleiding bij de Marine is niet geaccrediteerd en ik wil een legitieme WO bachelor / master halen.*

**Sollicitatieproces:** Het sollicitatieproces wordt over het algemeen positief beoordeeld. De fysieke en psychologische test en het gesprek met de AAC worden door een aantal sollicitanten als lastig ervaren. Vrouwen blijken de psychologische test en het gesprek met de AAC moeilijker te vinden dan mannen. Belangrijkste aandachtspunt voor de sollicitatieprocedure zijn de wachttijden tijdens de testen en tussen de sollicitatie en de oproep voor de testen: *Minder lange wachttijden als je in Amsterdam bij de IKS bent en Het duurde lang voordat ik na mijn sollicitatie een reactie had, heb nu maar een andere baan genomen.* Daarnaast geven enkele sollicitanten aan dat het personeel en de keuringsartsen niet erg vriendelijk en gemotiveerd zijn: *De afnemers van de testen zouden meer drive kunnen hebben om de hoogste score eruit te halen.*

**Ervaringen werknemers:** Werknemers die in hun eerste werkjaar zitten, zijn over het algemeen positief. De begeleiding en de wijze waarop de vakopleiding aansluit bij de vooropleiding ervaart men als positief. Ook de mate waarin het werken bij de Marine voldoet aan de verwachtingen die men vooraf had, wordt positief beoordeeld. Het beeld over werken bij de Marine, dat tijdens de online en fysieke voorlichting gegeven wordt, wordt niet door alle werknemers positief beoordeeld. Een aantal werknemers geeft aan dat dit niet realistisch is: *Er worden alleen de leuke dingen verteld en Er is niet genoeg aandacht voor de dagelijkse gang van zaken.*

Werknemers geven zelf aan dat de Marine de goede arbeidsvoorwaarden en de goede werksfeer moet benadrukken om meer mensen te interesseren voor de Marine: *De secundaire arbeidsvoorwaarden en Ondanks de hiërarchie is er een leuke manier van omgaan met elkaar.*

Een belangrijke aandachtspunt in het eerste jaar van werknemers is de materiële beloning: *In de burgermaatschappij was mijn brutosalaris netto geweest. Eén werknemer vindt het zelfs moeilijk om van het salaris rond te komen: Tijdens je opleiding voor matroos 3 klas hou je maar 600 euro over, dat vind ik persoonlijk niet echt veel.* Een ander is niet tevreden omdat nog nooit het juiste bedrag op zijn/haar rekening is gestort.



Naast de stappen van het aanmeld- en sollicitatieproces die in het stroomschema beschreven staan, hebben we geïnteresseerden ook gevraagd naar hun beoordeling van de website en, indien gevolgd, de online voorlichting.

### **Website**

Een van de informatiebronnen die geïnteresseerden gebruiken in het oriëntatieproces is de website. Bijna alle respondenten hebben bij hun oriëntatie de website [www.werkenbijdemarine.nl](http://www.werkenbijdemarine.nl) bezocht. Het algemene oordeel over de website is zeer positief. Wanneer we kijken naar het belang van de website, dan zien we dat deze een belangrijke rol speelt. Naast de website [www.werkenbijdemarine.nl](http://www.werkenbijdemarine.nl) worden ook de sites [www.marine.nl](http://www.marine.nl) en [www.korpsmariniers.com](http://www.korpsmariniers.com) door een groot deel bezocht.

Het belang van de website komt ook naar voren uit de frequentie waarmee men de website bezoekt. Meer dan twee derde (71%) van de geïnteresseerden geeft aan de website meer dan vijf keer bezocht te hebben.

### **Online voorlichting**

De Koninklijke Marine biedt op haar website demogelijkheid om een online voorlichting te volgen. De belangrijkste reden om een online voorlichting te volgen om meer informatie te verkrijgen over het werken bij de Marine (74%), om meer informatie te krijgen over specifieke functies (52%) en zijn ter voorbereiding op een sollicitatiegesprek (30%).

De online voorlichting wordt over het algemeen positief beoordeeld. Gemiddeld geven de respondenten die de online voorlichting gevolgd hebben een rapportcijfer van 7,4. De vormgeving, de kwaliteit en de hoeveelheid informatie, de beeld- en geluidskwaliteit en de lengte van de online voorlichting worden zeer positief beoordeeld. Uit de open antwoorden blijkt dat men de informatie helder en duidelijk vindt: *De belangrijkste aspecten van het werken bij de Marine zijn er goed uitgelicht en Het geeft al een duidelijk beeld hoe de opleiding eruit ziet.* Ook wordt de combinatie van beeld en geluid gewaardeerd: *Je krijgt door de video's toch een beter beeld.* Verder vindt men het een groot voordeel dat je via internet alles op je eigen tempo en in je eigen tijd kan volgen: *Je kunt rustig de tijd nemen om alle informatie tot je te nemen en Je kunt nog eens terug bladeren en bepaalde informatie nog eens doorlezen.*

De inlogprocedure is een aandachtspunt. Bijna een kwart (23%) beoordeelt deze als matig/slecht. Uit de open antwoorden blijkt dat een deel van de respondenten moeilijkheden had met inloggen en er waren ook andere problemen met de site: *Inloggen is meerder keren mislukt en Toen ik online wilde solliciteren gaf de site rare errors.* Daarnaast geeft men aan dat je de online voorlichting weinig specifieke informatie bevat: *Volgens mij kan je bijna alles wat in de voorlichting staat ook op de site vinden en Er is nauwelijks informatie te vinden over specifieke opleidingen, dat mag wel iets uitgebreider.*



## 6.4 Conclusies en aanbevelingen

### ▪ Invloed berichten in de media

Hoofdconclusie: Berichten uit de media over de vredesmissies in het algemeen en de missie in Uruzgan in het bijzonder hebben een negatieve invloed op de aantrekkelijkheid van de Koninklijke Marine als werkgever.

#### Toelichting:

Het beeld dat werken bij de Koninklijke Marine gevaarlijk is, kan gedeeltelijk verklaard worden door berichten in de media, met name rond de missie in Uruzgan. Dat deze berichten invloed hebben op de aantrekkelijkheid van de Koninklijke Marine als werkgever blijkt uit het feit dat jongeren die (zeker) niet bij de Marine willen werken, aangeven dat berichten in de media de Koninklijke Marine als werkgever in sterke mate minder aantrekkelijk maken.

### ▪ Aanmeld- en sollicitatieproces

Hoofdconclusie: Het aanmeld- en sollicitatieproces van de Koninklijke Marine wordt over het algemeen positief beoordeeld. Het belangrijkste aandachtspunt in de voorlichting is de aangeboden informatie beter aan te laten sluiten bij de behoefte van de geïnteresseerden. Verder kan meer specifieke informatie geboden worden en meer mogelijkheden om te spreken met personeel. Het belangrijkste aandachtspunt in het sollicitatieproces is het verkorten van de wachttijden tussen de verschillende testen

#### Toelichting:

Het aanmeldproces voor een voorlichtingsbijeenkomst verloopt makkelijk. De toegezonden informatie is duidelijk en wordt ruim op tijd ontvangen. Geïnteresseerden die zich aangemeld hebben, maar de voorlichtingsbijeenkomst niet bezocht hebben wijten dit voornamelijk aan zichzelf en minder aan de Koninklijke Marine. Zij geven aan dat er iets tussen was gekomen of dat men al wist dat men toch niet geschikt zou zijn.

De voorlichtingsbijeenkomst wordt zeer positief beoordeeld. Tijdens de voorlichting is er voldoende mogelijkheid tot vragen stellen, de presentaties zijn duidelijk en worden op een aansprekende manier gehouden door de voorlichter. Dit resulteert in een duidelijker en realistischer beeld van een baan bij de Koninklijke Marine. Verder waardeert men de locaties van de voorlichting. Bezoekers van de voorlichtingsbijeenkomsten geven wel aan dat ze tijdens de bijeenkomst (meer) de mogelijkheid zouden willen hebben om te praten met mensen die al bij de Koninklijke Marine werken. Daarnaast zou men meer specifieke en op hun behoeften aansluitende informatie willen ontvangen. Men is met name geïnteresseerd in informatie over specifiek functies, de doorgroeimogelijkheden, salaris en opleidingen.



Net als bij het niet bezoeken van de voorlichtingsbijeenkomst hebben de belangrijkste redenen om niet te solliciteren niet te maken met het voorlichtingsproces, maar met persoonlijke omstandigheden. Deze zijn minder goed door de Koninklijke Marine te beïnvloeden. Voorbeelden hiervan zijn fysieke beperkingen en verkeerde leeftijd voor een functie bij de Koninklijke Marine. Daarnaast wil ook een deel eerst hun opleiding afmaken of heeft al een andere baan gevonden.

De sollicitanten vinden de sfeer tijdens het sollicitatieproces over het algemeen plezierig en men voelt zich welkom. Een beperkt deel ervaart de sfeer als gespannen. Tijdens het sollicitatieproces wordt vooral de tijd tussen de verschillende testen en de tijd tussen de sollicitatie en de oproep voor de testen als negatief ervaren. De wachttijd zal dus beperkt moeten blijven. Verder kan de voorlichting over de testen verbeterd worden en wenst men tijdens de testen een persoonlijker benadering door het personeel en de keuringsartsen.

Werknemers ervaren het eerste jaar bij de Koninklijke Marine als positief. De begeleiding wordt als voldoende tot goed gezien, de vakopleiding sluit goed aan bij de vooropleiding en het werken voldoet aan de verwachtingen die men vooraf had. Ook over de doorgroeimogelijkheden die de Koninklijke Marine biedt is men tevreden. De werknemers noemen als enige aandachtspunt de materiële beloning in vergelijking met banen buiten de Koninklijke Marine. Een aantal werknemers heeft het idee dat men in een vergelijkbare functie buiten de Koninklijke Marine meer geld zou kunnen verdienen.