

De kandidaat van nu

Managementsamenvatting van 22 weken #Duurzaamheidsbanenpoll

Wat 22 weken Duurzaamheidsbanen Insights werkgevers leren over aantrekkelijkheid, vertrouwen en werk met impact.

De eerste 22 polls vormen geen representatief onderzoek, maar leveren in combinatie met landelijke data een bruikbaar patroon op. De terugkerende behoefte is houvast: snel begrijpen wat het werk is, wat het financieel betekent, welke ruimte en zekerheid het biedt en waar de eigen bijdrage terechtkomt.

Voor management is de belangrijkste consequentie dat employer branding niet los kan worden gezien van job design, beloning, candidate experience en leiderschap. Mooie communicatie werkt pas wanneer de onderliggende werkelijkheid uitlegbaar is.

**WERK VAN VANDAAG
BOUWT AAN MORGEN**

**DUIDELIJKHEID
VERTROUWEN
IMPACT**

De kern in drie inzichten

1

Snel houvast wint

Rol, salaris, uren, locatie en contract zijn geen details voor later. Hoe eerder de basis duidelijk is, hoe makkelijker iemand kan beoordelen of verder lezen zinvol is.

2

Impact werkt pas als die concreet wordt

Een missie trekt aandacht, maar geloofwaardigheid ontstaat wanneer richting, bewijs en de eigen bijdrage zichtbaar samenkomen.

3

In energie is werven maar één deel van de opgave

Zij-instroom, leerpaden, behoud en begrijpelijke functies zijn net zo belangrijk als vacaturezichtbaarheid.

“Goede arbeidsmarktcommunicatie begint niet bij méér vertellen, maar bij eerder duidelijk maken wat iemand nodig heeft om een keuze te kunnen maken.”

VIER SIGNALEN DIE RECRUITERS DIRECT HERKENNEN



Wat valt op in de eerste 22 weken?

De polls meten telkens één vraag met vier antwoordopties. De percentages hieronder zijn daarom signalen binnen de betreffende poll, geen uitspraken over alle werkzoekenden in Nederland.

58% WEEK 2

Geen salaris genoemd

Binnen vier afhaakredenen koos 58% het ontbreken van salarisinformatie als reden om niet verder te gaan.

53% WEEK 12

Herkenbare functietitel

Bij de vraag wat sneller tot een klik leidt, stond een herkenbare functietitel duidelijk bovenaan.

50% WEEK 5

Vertrouwen in plaats van controle

Bij de vraag wat vrijheid in werk het meest betekent, koos de helft voor vertrouwen in plaats van controle.

69% WEEK 9

Eerst de salarisrange

Bij de vraag welke beloningsinformatie als eerste gewenst is, koos bijna zeven op de tien voor de salarisrange.

Wat deze cijfers samen wél zeggen

- Werkzoekenden willen de eerste afweging snel kunnen maken: wat is de rol, wat verdien ik, waar werk ik en hoeveel ruimte biedt de functie?
- Herkenning komt vóór verleiding. Een duidelijke functietitel en concrete basisinformatie geven employer branding pas ruimte om te werken.
- Vrijheid is breder dan thuiswerken. Vertrouwen, regelruimte, reistijd en voorspelbaarheid verschillen sterk per functiefamilie.
- Impact overtuigt pas wanneer een organisatie laat zien wat zij doet, welk resultaat zichtbaar is en hoe de functie daaraan bijdraagt.

Belangrijk: de polls zijn indicatief en werken met zelfselectie. De waarde zit in het terugkerende patroon én in de vergelijking met landelijke arbeidsmarktdata en sectorspecifieke context.



Vijf managementlessen

De rode draad uit 22 weken werkt direct door in vacaturekwaliteit, werkgeverschap en recruitment.

1	Maak kerninformatie vroeg zichtbaar Salaris, rol, uren, locatie en contract horen in de eerste scanlaag. Niet als extra service, maar als basisinformatie waarmee iemand kan kiezen.
2	Ontwerp flexibiliteit per functiefamilie Kantoor-, project- en uitvoeringswerk vragen andere oplossingen. Vertaal flexibiliteit naar de feitelijke speelruimte van de functie.
3	Behandel vertrouwen als proceskwaliteit Vacature, gesprek, terugkoppeling en onboarding moeten hetzelfde verhaal vertellen. Vertrouwen ontstaat wanneer verwachting en ervaring aansluiten.
4	Bouw impact van claim naar bewijs Laat zien waar de organisatie naartoe wil, wat zij daadwerkelijk doet, welk resultaat zichtbaar is en waar de functie aan bijdraagt.
5	Investeer in perspectief Leren, mobiliteit en doorgroei zijn niet alleen benefits. Zeker in schaarse markten zijn ze onderdeel van toekomstige capaciteit en behoud.

Wat HR en recruitment morgen al kunnen doen

- Standaardiseer de eerste scan van vacatures: wat is het werk, wat ga je doen, wat verdien je, waar en hoeveel werk je?
- Leg reactietermijnen vast en maak wederzijdse kennismaking onderdeel van de candidate experience.
- Maak bij schaarse functies expliciet welke ervaring overdraagbaar is en welke kennis na instroom geleerd kan worden.
- Controleer externe functietitels op herkenbaarheid en schrap interne projectcodes of jargon uit de eerste laag.
- Vervang algemene claims als 'veel vrijheid' of 'grote impact' door concrete voorbeelden van beslissingsruimte, werkzaamheden en resultaat.



Tien signalen om te volgen

Deze tien signalen vormen geen ranglijst. Hun relevantie verschilt per functie en per fase in de candidate journey.

01 Rolduidelijkheid De lezer moet eerst begrijpen wat het werk inhoudt.	02 Salariszichtbaarheid Financiële basisinformatie hoort vroeg in beeld.
03 Uitlegbare beloning Een schaal werkt pas echt als inschaling en groei begrijpelijk zijn.	04 Functiegerechte flexibiliteit Niet iedere functie vraagt of biedt dezelfde vorm van flexibiliteit.
05 Leefbare werkweken Reistijd, agenda, roosters en druk bepalen mede hoe houdbaar werk voelt.	06 Meerlagige zekerheid Inkomen, contract, organisatie, verwachtingen en rolhelderheid spelen op verschillende momenten.
07 Eerlijke communicatie Vertrouwen groeit wanneer verwachting en ervaring met elkaar kloppen.	08 Bewijs van impact Een maatschappelijke missie wordt sterker met zichtbaar gedrag, resultaat en eigen bijdrage.
09 Toekomstperspectief Leren, mobiliteit en groei beïnvloeden aantrekkelijkheid én behoud.	10 Informatiekwaliteit Hoe beter de informatie, hoe beter iemand zelfstandig kan beoordelen of de functie past.

De kwaliteit van informatie bepaalt hoeveel keuzevrijheid de lezer werkelijk heeft.



Waarom dit voor de energietransitie extra telt

De energietransitie is niet alleen een technologische en infrastructurele opgave, maar ook een capaciteitsvraagstuk.

±28.000

technici tekort voor de netbeheerdersopgave tot 2029

121.000

nieuwe technische professionals nodig in 2025–2029 om groei en uitstroom op te vangen

De oplossing kan daarom niet alleen ‘meer werven’ zijn. Zij-instroom, opleiding, behoud, arbeidsbesparende innovatie en slimmer organiseren zijn onderdelen van dezelfde strategie. De werkgeverspropositie moet daarop aansluiten: zichtbaar perspectief, begrijpelijke leerpaden, realistische werkdruk en functies die ook herkenbaar zijn voor werkzoekenden van buiten de sector.

Vijf vragen voor management en recruitment

- Hoe vergroten we instroom zonder alleen bestaande technici te verplaatsen?
- Hoe maken we zij-instroom financieel en professioneel veilig genoeg?
- Hoe verkorten we leercurves zonder kwaliteit en veiligheid te verlagen?
- Hoe houden we ervaren professionals vast terwijl de projectdruk hoog blijft?
- Hoe maken we maatschappelijke betekenis concreet genoeg om talent werkelijk te overtuigen?

De managementconclusie

Arbeidsmarktcommunicatie is een ontwerpdiscipline. Een werkgever kan niet bepalen wat een werkzoekende belangrijk vindt, maar wel hoe goed iemand in staat wordt gesteld om een keuze te maken. Voor organisaties in de energietransitie is transparante, begrijpelijke en geloofwaardige werving daarmee onderdeel van uitvoeringskracht.

Over Duurzaamheidsbanen Insights

Duurzaamheidsbanen Insights combineert signalen uit de #Duurzaamheidsbanenpoll met landelijke arbeidsmarktdata en sectorspecifieke duiding. De polls zijn indicatief en niet representatief; de waarde zit in het consequent volgen van terugkerende vragen rond vacaturekwaliteit, vertrouwen, flexibiliteit, beloning, impact en perspectief.

duurzaamheidsbanen.nl/insights/