

Werklozen probeerden in 2023 vaker om gevonden te worden (in plaats van dat ze zelf gingen zoeken)

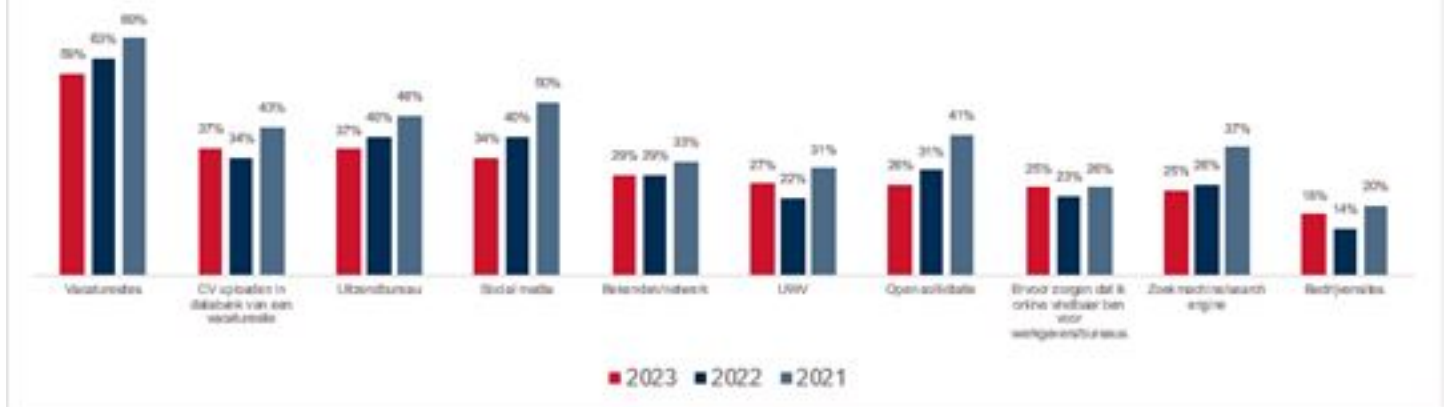
27-12-2023 12:54



Zelf actief zoeken op jobboards staat nog steeds op nummer 1. Maar werklozen leunden op de krappe arbeidsmarkt van 2023 ook steeds vaker achterover, wachtend tot ze door een werkgever zouden worden gevonden.

In 2023 zochten werklozen minder vaak naar werk, en als ze wel een poging deden, pakten ze hun zoektocht op een andere manier aan dan voorheen. Niet langer zocht de groep vooral zelf *actief* naar een geschikte werkgever; in plaats daarvan ondernamen ze juist vaker actie om door werkgevers *gevonden te worden*, blijkt uit [eindejaarscijfers van Intelligence Group](#). Ze stuurden bijvoorbeeld minder open sollicitaties, maar kozen vaker voor een passieve route als het uploaden van een cv in een cv-databank.

Oriëntatiekanalen - Laatste 12 maanden een nieuwe baan gevonden Werklozen



Wat in de cijfers ook opvalt is de beperkte rol van het UWV. Aanmelden op werk.nl/UWV is verplicht voor werklozen om in aanmerking te kunnen komen voor een uitkering. Maar als zoekkanaal voor een nieuwe baan is de rol slechts bescheiden, met nog geen 30%. 'Dat is toch wel een signaal dat het UWV haar positie en relevantie onder deze doelgroep mist', aldus Intelligence Group-CEO Geert-Jan Waasdorp, die ernaar verwijst dat soortgelijke overheidskanalen in [Frankrijk](#) en [België](#) wél uitstekend scoren onder werkloze werkzoekenden.

Minder zelf zoeken, meer gevonden wóorden

Uit de cijfers wordt duidelijk dat 'actieve' kanalen als vacaturesites en uitzendbureaus dit jaar in populariteit afnamen, zeker ten opzichte van 2021. Van de werklozen die in dat jaar een baan vond zei bijvoorbeeld nog **41%** een open sollicitatie naar een werkgever te hebben verstuurd, terwijl dat in 2023 voor slechts **23%** van hen gold – bijna een halvering. Vacaturesites, een ander 'actief' kanaal, kregen te maken met eenzelfde soort populariteitsdaling. Waar in 2021 nog **69%** van de werklozen van zulke jobboards gebruikmaakte, zakte dat cijfer in 2023 naar **59%**.

Niet voor niets dat werkgevers dit jaar klaagden over te weinig reacties.

Tegelijkertijd nam de populariteit van passieve kanalen meestal lichtjes toe, in elk geval ten opzichte van 2022. Zo groeide het aantal succesvol solliciterende werklozen dat de eigen online vindbaarheid verbeterde (van **23%** naar **25%**), en het aantal dat een cv in een databank uploadde nam toe van **34%** naar **37%**. Hier valt de krapte in te herkennen: de personeelsschaarste hield afgelopen jaar immers aan, waardoor werklozen die wilden werken makkelijk iets konden vinden. Ze hadden baanzoek-kanalen daardoor simpelweg minder nodig en gebruikten ze over de hele linie ook aanzienlijk minder. Niet voor niets dat werkgevers klaagden over te weinig reacties.

Werkzoekers mét baan bleven bij strategie

Op zo'n arbeidsmarkt waar werkgevers steeds meer moeite hebben om geschikte mensen te vinden, en steeds minder reacties 'vanzelf' binnenkomen, blijken ze vaker bereid om dan maar zelf potentiële kandidaten te gaan benaderen. Niet gek dus dat [de sourcingsdruk](#) afgelopen jaar recordhoogtes bereikte.



Maar actief werkzoekenden die vanuit een baan aan het solliciteren zijn, wachten daar niet op. In elk geval: zij veranderden hun strategie in 2023 overigens nauwelijks. Kanalen als 'online vindbaar zijn' en 'cv uploaden in databank' waren onder mensen die vanuit een baan solliciteren bijvoorbeeld aanzienlijk minder populair dan bij de werkloze actief zoekenden. Weinig verwonderlijk maakte de eerstgenoemde groep ook een stuk minder gebruik van uitzendbureaus in de zoektocht naar nieuw werk: slechts 19% van hen ging afgelopen jaar zo'n (digitaal) kantoor binnen, terwijl 34% van de werkzoekers zonder baan dat deed.

Redactie