

Drijfveren in werk

Survey Informatieprofessionals

Versterking Capaciteit Informatiehuishouding
2023

Werken aan een open overheid
is werken voor Nederland



Rijksoverheid





Het rijksbrede programma *Versterking capaciteit informatiehuishouding* heeft een onderzoek uitgevoerd naar de behoeften van de doelgroep **Informatieprofessionals** in werk.



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



De doelgroep is onderzocht middels een online enquête onder 271 interne en 282 externe respondenten

Beleidsdoel

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

Onderzoeksdoel

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

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



Respondenten

Hoe ziet de doelgroep eruit die de survey heeft beantwoord?

Werkgever- en baanvoorkeuren

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

Rijksoverheid als werkgever

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

Vakgebied

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

Oriëntatie op werk

Hoe en waar oriënteert de doelgroep zich op werk?

Conclusies & Aanbevelingen



KENMERKEN RESPONDENTEN



Respondenten



Functie

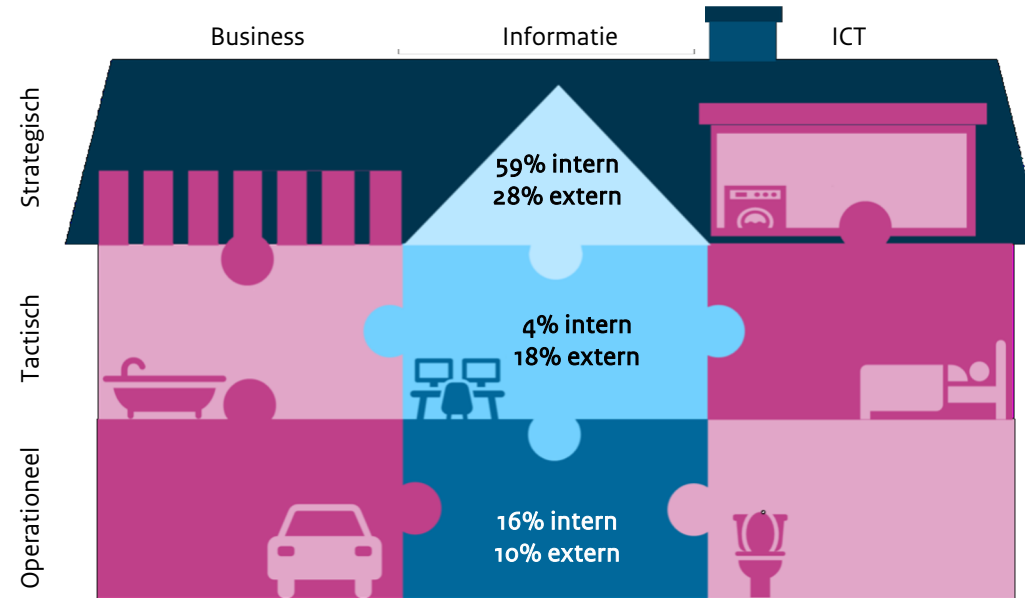
Welke functie bekleedt de respondent momenteel?

| Meest genoemd interne respondenten | |
|--|-----|
| Adviseur informatie (beheer/huishouding/coördinatie) | 43% |
| Informatie (specialist/adviseur/beheer) | 16% |
| Functioneel beheerder | 7% |
| DIV (adviseur/specialist/medewerker) | 5% |
| Recordsmanager/beheerder | 4% |
| Data analyst/scientist | 4% |
| Programma/project manager | 2% |
| Teammanager | 2% |
| Overig | 16% |

| Meest genoemd externe respondenten | |
|--------------------------------------|-----|
| Data analyst/scientist | 16% |
| Informatie manager/specialist/beheer | 15% |
| Adviseur informatiebeheer/beleid) | 13% |
| Business analist | 4% |
| DIV (adviseur/specialist/medewerker) | 4% |
| Recordsmanager/beheerder | 3% |
| Functioneel beheerder | 3% |
| Programma/project manager | 2% |
| Informatie analist | 2% |
| Architect | 2% |
| Manager | 2% |
| Overig | 34% |

Informatiehuis Rijk

Waar valt de respondent binnen het Informatiehuis Rijk?



Toelichting

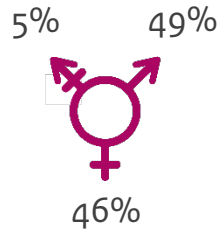
- 90% van de interne doelgroep (n=245) en 82% van de externe doelgroep (n=232) heeft deze open vraag beantwoord.
- Veruit de grootste groep interne respondenten gebruikt de term Adviseur en/of Informatie in hun functietitel. Ook externe respondenten gebruiken deze term veel. Data is een term die extern meer wordt genoemd in functietitels dan intern.
- Verder is de verscheidenheid in functietitels groot onder beide groepen respondenten. Zo'n 7% van de totale respondenten houdt zich echt bezig met Archivering (DIV en Recordsmanagement).

Respondenten intern



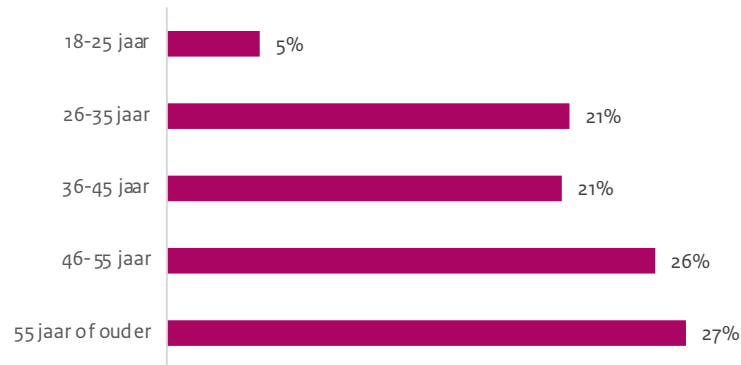
Gender

Wat is de genderverhouding van de respondenten?



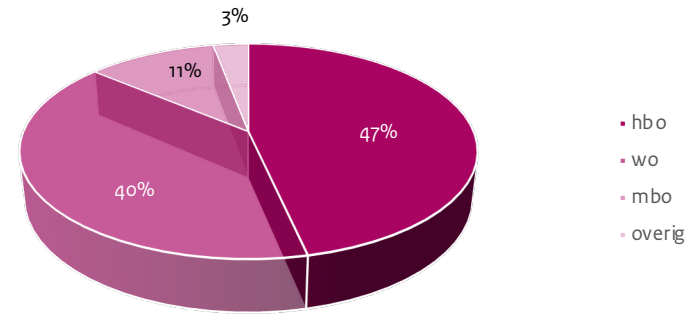
Leeftijd

Wat is de verhouding in leeftijd van de respondenten?



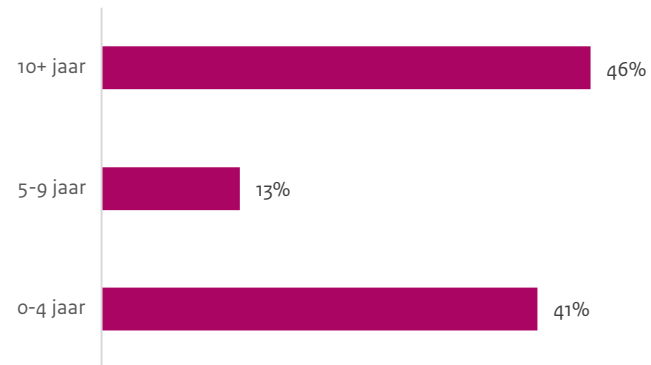
Opleidingsniveau

Welk opleidingsniveau heeft de doelgroep?



Ervaringsjaren

Hoeveel relevante werkervaring heeft de respondent in het vakgebied?



Toelichting

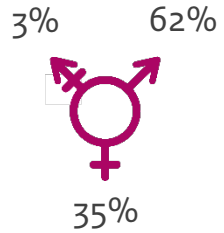
- 90% van de interne doelgroep (n=245) en 82% van de externe doelgroep (n=232) heeft deze meerkeuzevragen beantwoord.
- Het aantal mannelijke respondenten is iets groter dan het aantal vrouwen, maar in verhouding ligt het dicht bij elkaar.
- De meeste interne respondenten hebben of meer dan 10 jaar of minder dan 5 jaar werkervaring binnen het vakgebied Informatiemanagement. De groep respondenten is dus erg gemêleerd. Dat geldt ook voor de leeftijd van de respondenten. 95% is ouder dan 25 en divers in leeftijd.
- De meeste interne respondenten hebben een hbo of wo diploma (87%), het aantal respondenten met een mbo opleiding is een stuk minder (11%).

Respondenten extern



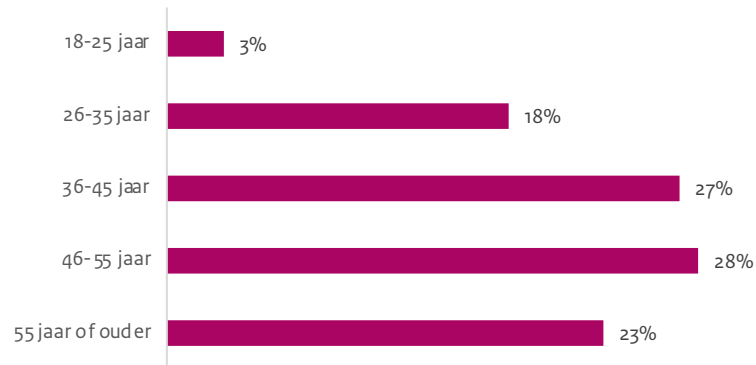
Gender

Wat is de genderverhouding van de respondenten?



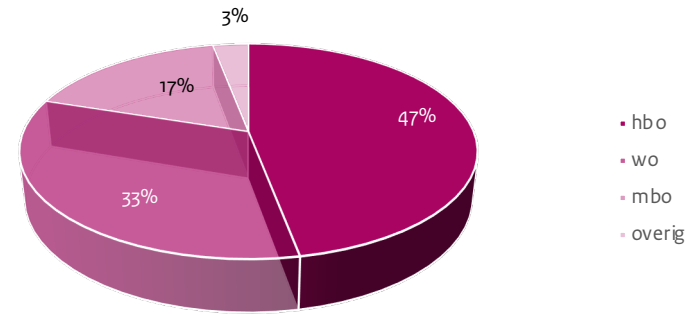
Leeftijd

Wat is de verhouding in leeftijd van de respondenten?



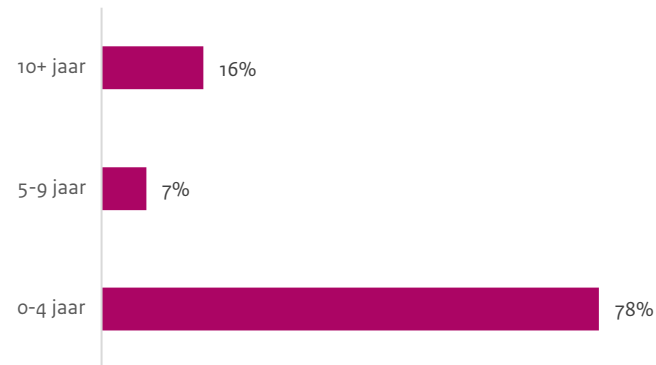
Opleidingsniveau

Welk opleidingsniveau heeft de doelgroep?



Ervaringsjaren

Hoeveel relevante werkervaring heeft de respondent in het vakgebied?



Toelichting

- 90% van de interne doelgroep (n=245) en 82% van de externe doelgroep (n=232) heeft deze meerkeuzevragen beantwoord.
- Het aantal mannelijke externe respondenten is, zeker in vergelijking met de interne respondenten, significant hoger dan het aantal vrouwen.
- Opvallend is dat bijna 8 op de 10 respondenten minder dan 5 jaar werkervaring heeft, waar dit in leeftijden niet is terug te zien. Meer dan de helft van de externe respondenten is 45+.
- De meeste interne respondenten hebben een hbo of wo diploma, het aantal respondenten met een mbo opleiding is beperkt.



VOORKEUREN WERKGEVER EN WERK



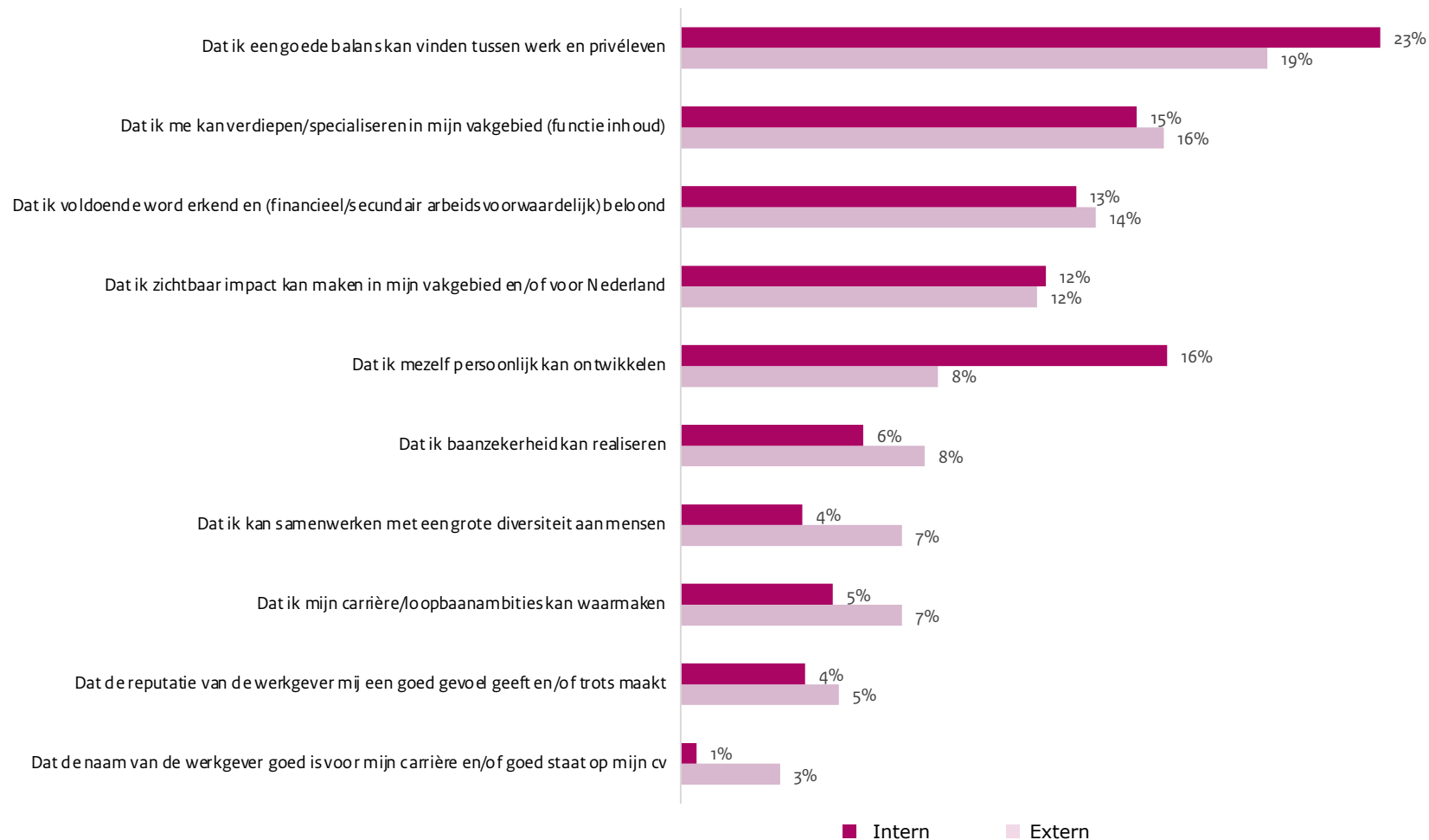
Werkgever en werk algemeen

Interne en externe doelgroep



1. Belangrijk in een werkgever

Wat vindt de doelgroep belangrijk in een werkgever?



Toelichting

- 100% van de interne (n=271) en 99% van de externe doelgroep (n=280) heeft deze meerkeuzevraag beantwoord, waarbij meerdere antwoorden mogelijk waren.
- De doelgroep vindt een goede balans tussen werk en privéleven het belangrijkste in een werkgever. Vorig jaar was dat nog verdieping in het vakgebied, dat nu op plek 2 staat.
- Salaris wordt een stuk belangrijker gevonden dan vorig jaar en staat op plek 3, waar vorig jaar nog persoonlijke ontwikkeling stond.
- Voor interne respondenten geldt dat zij, aanzienlijk meer dan externe respondenten, waarde hechten aan persoonlijke ontwikkeling. Dit wordt niet direct aan loopbaanambities gekoppeld, die een stuk lager gerankt zijn.

Werkgever en werk algemeen

Interne en externe doelgroep



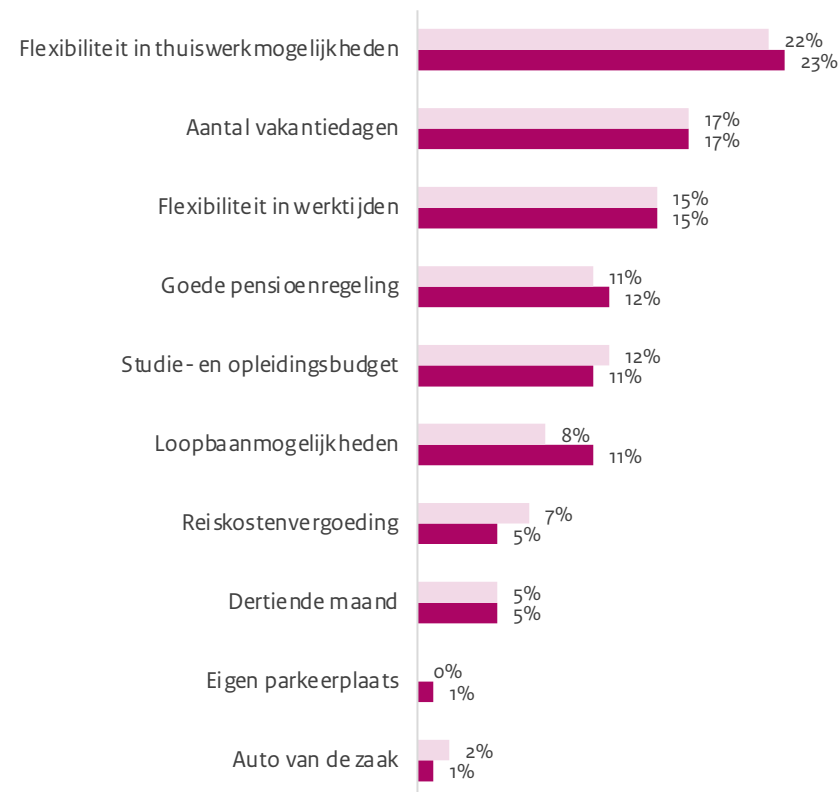
2. Voorkeuren in een baan

Wat vindt de doelgroep belangrijk in een baan?



3. Voorkeuren secundaire arbeidsvoorwaarden

Wat vindt de doelgroep belangrijk in secundaire arbeidsvoorwaarden?



■ Intern ■ Extern

Toelichting

- 100% van de interne (n=271) en 100% van de externe doelgroep (n=282) heeft meerkeuzevraag 2 beantwoord, waarbij meerdere antwoorden mogelijk waren.
- 99% van de interne (n=271) en 99% van de externe doelgroep (n=280) heeft meerkeuzevraag 3 beantwoord, waarbij meerdere antwoorden mogelijk waren.
- De doelgroep vindt een prettige werksfeer het meest belangrijk in een baan, gevolgd door een goed salaris. Vorig jaar stond voldoende uitdaging nog op nummer 2. Die staat nu op nummer 4 en wordt vooral door de externe doelgroep minder belangrijk gevonden dit jaar.
- Opvallend is dat een goed salaris vorig jaar door de interne respondenten nog als minst belangrijk werd aangemerkt. Voor rijksmedewerkers binnen het vakgebied Informatiehuishouding is het belang hiervan afgelopen jaar dus sterk toegenomen.
- Flexibiliteit (thuiswerkmogelijkheden, werktijden, etc.) en vrijheid (vakantiedagen) zijn de belangrijkste elementen in arbeidsvoorwaarden voor alle respondenten. Dit was vorig jaar ook al zo.
- Opvallend is wel dat secundaire arbeidsvoorwaarden in het algemeen, door zowel de interne als externe respondenten, als 1 van de 3 minst belangrijke voorkeuren in een baan worden aangemerkt. Voor interne respondenten is dit vergelijkbaar met vorig jaar. Bijna de helft van de externe respondenten gaf vorig jaar echter nog aan dit wel belangrijk te vinden.

Werkgever en werk algemeen

Interne en externe doelgroep



4. Frustraties in het werk

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

| Intern | |
|-----------------------------------|-----|
| Administratieve last/bureaucratie | 24% |
| Hoge werkdruk | 14% |
| Geen | 13% |
| Onderwaardering | 12% |
| Andere | 11% |
| Onderbeloning | 8% |
| Gebrek aan doorgroeimogelijkheden | 7% |
| Weinig uitdaging | 7% |
| Weinig flexibiliteit en vrijheid | 3% |
| Onprettige werksfeer | 3% |



| Extern | |
|-----------------------------------|-----|
| Onderwaardering | 18% |
| Hoge werkdruk | 13% |
| Gebrek aan doorgroeimogelijkheden | 12% |
| Weinig uitdaging | 12% |
| Onderbeloning | 11% |
| Administratieve last/bureaucratie | 11% |
| Onprettige werksfeer | 7% |
| Geen | 7% |
| Weinig flexibiliteit en vrijheid | 5% |
| Andere | 5% |

Toelichting

- 99% van de interne (n=271) en 99% van de externe doelgroep (n=281) heeft meerkeuzevraag 2 beantwoord, waarbij meerdere antwoorden mogelijk waren.
- Binnen de Rijksoverheid ervaart de doelgroep bureaucratie (veruit) als de grootste frustratie, waar dat vorig jaar nog een te hoge werkdruk was.
- Externe respondenten ervaren, net als vorig jaar, onderwaardering als de grootste frustratie, gevolgd door een hoge werkdruk en gebrek aan doorgroeimogelijkheden.
- Bureaucratie staat, in tegenstelling tot de interne respondenten, een stuk lager in de ranking bij externe respondenten. Dit is blijkbaar een frustratie die vooral binnen de Rijksoverheid wordt ervaren.
- Bureaucratie is de meest genoemde frustratie onder alle respondenten, gevolgd door onderwaardering.



5. Externe doelgroep: waarom bij werkgever blijven

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



6. Externe doelgroep: waarom werkgever verlaten

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



Toelichting

- 73% van de externe respondenten (n=208) heeft open vraag 5 beantwoord en 74% (n=209) vraag 6.
- De externe doelgroep noemt een prettige werksfeer en het salaris als belangrijkste reden om bij hun huidige werkgever te blijven werken, gevolgd door een goede werk-privé balans (flexibiliteit, vakantiedagen, thuiswerkmogelijkheden, etc.) en uitdaging.
- Opvallend is dat het salaris ook het meest genoemd wordt als reden om de huidige werkgever te verlaten. Een gebrek aan uitdaging, minder werkdruk en persoonlijke ontwikkeling zijn ook veel genoemde redenen voor de externe doelgroep om een andere werkgever te overwegen.
- De antwoorden passen in een tijdperk waarin veel werknemers steeds meer salaris, uitdaging, afwisseling en persoonlijke groei willen en daarom sneller uitgekeken zijn op hun huidige baan. Dit wordt mede gedreven door de onzekere economische tijden, de krappe arbeidsmarkt en een toenemend bewustzijn van wat de doelgroep wil in werk en leven.



VOORKEUR EN ASSOCIATIE RIJKSOVERHEID



Rijksoverheid als werkgever

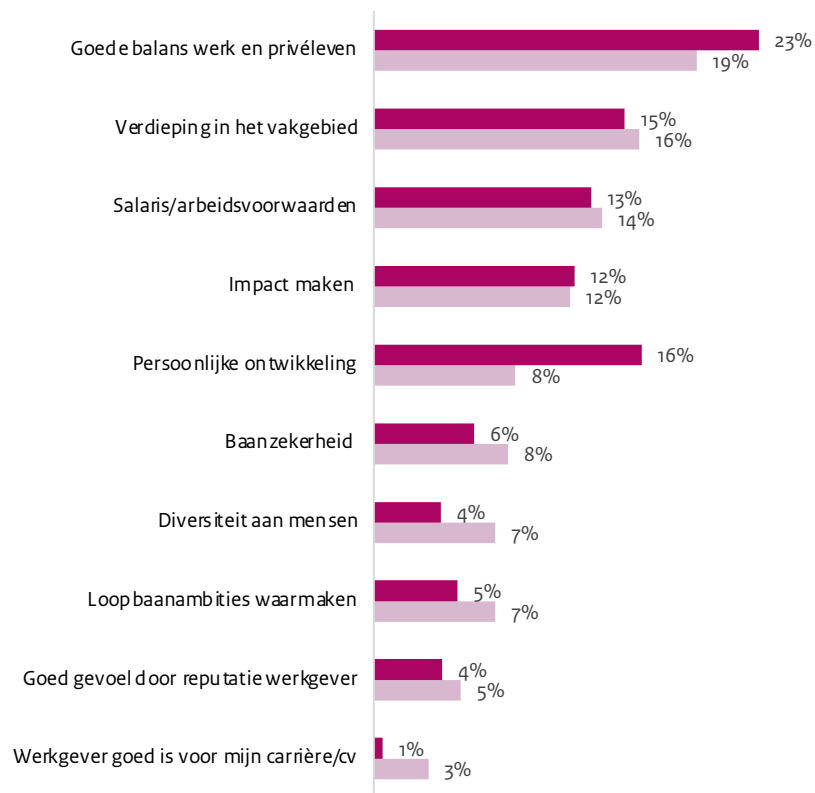
Interne en externe doelgroep



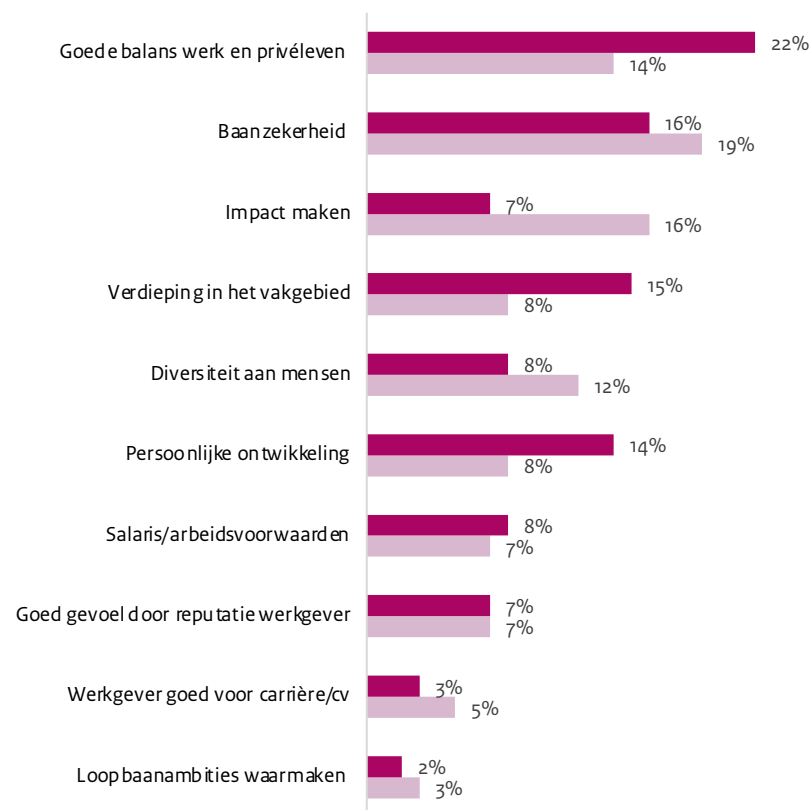
7. Associatie met de Rijksoverheid

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

Belangrijk in een werkgever



Associatie met Rijksoverheid



■ Intern ■ Extern

Toelichting

- 100% van de interne (n=270) en 93% van de externe respondenten (n=265) heeft deze meerkeuzevraag beantwoord, waarbij meerdere antwoorden mogelijk waren.
- Een goede werk-privébalans wordt door de gehele doelgroep het meest geassocieerd met de Rijksoverheid, waar dit vorig jaar nog verdieping in het vakgebied was. De doelgroep vindt dit element ook het meest belangrijk in een werkgever.
- Baanzekerheid wordt door de externe respondenten het sterkst geassocieerd met de Rijksoverheid, maar minder belangrijk geacht.
- Opvallend is dat externe respondenten de Rijksoverheid aanzienlijk meer met impact associëren dan interne respondenten. Dit kan te maken hebben met een verschil van interpretatie met betrekking tot het woord impact.
- Interne respondenten associëren de Rijksoverheid aanzienlijk meer met verdieping in het vakgebied dan externe respondenten. Een aandachtspunt in de arbeidsmarktcommunicatie, aangezien het wel als belangrijk wordt ervaren.
- Opvallend is dat persoonlijke ontwikkeling door externe respondenten een stuk minder belangrijk gevonden én tevens een stuk minder geassocieerd wordt met de Rijksoverheid. In vraag 1 werd persoonlijke ontwikkeling juist als belangrijk aangemerkt.

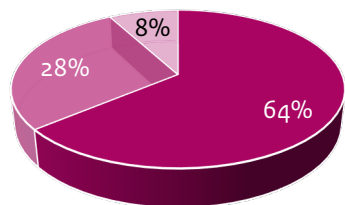
Rijksoverheid als werkgever

Interne en externe doelgroep



8. Externe doelgroep: voorkeur voor Rijksoverheid

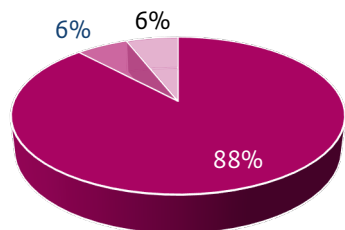
Overweegt de externe doelgroep te kiezen voor de Rijksoverheid als werkgever?



• Ja • Misschien • Nee

10. Interne doelgroep: aanbevelen van Rijksoverheid

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



• Ja • Neutraal • Nee

9. Externe doelgroep: redenen van niet overwegen

Waarom overweegt de externe doelgroep de Rijksoverheid niet als werkgever?



Toelichting

- 96% van de externe doelgroep (n=276) heeft meerkeuzevraag 8 beantwoord. 12% van de externe doelgroep (n=34) heeft open vraag 9 beantwoord.
- 82% van de interne doelgroep (n=223) heeft meerkeuzevraag 10 beantwoord.
- Het gros van de respondenten heeft een voorkeur voor de Rijksoverheid als werkgever en zou de Rijksoverheid aanbevelen binnen zijn of haar netwerk.
- Echter, vorig jaar lagen de aantallen een stuk hoger. 88% van de externe respondenten overwoog toen de Rijksoverheid als werkgever. Dat is nu 24% minder.
- 95% gaf vorig jaar intern aan de Rijksoverheid aan te bevelen, dat is nu 7% minder.
- Het gedeelte van de externe doelgroep die de Rijksoverheid niet overweegt als werkgever associeert dit vooral met een te grote reisafstand, te bureaucratisch en teveel negatief in het nieuws.



11. Waarom bij Rijksoverheid blijven

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



12. Waarom Rijksoverheid verlaten

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



Toelichting

- 100% van de interne respondenten (n=270) heeft de open vragen 11 en 12 beantwoord.
- Het werken voor Nederland, de baanzekerheid en de goeie werk/privé balans (flexibiliteit, vakantiedagen, thuiswerkmogelijkheden, etc.) zijn de meest genoemde redenen om bij de Rijksoverheid te blijven werken, gevolgd door de goede secundaire arbeidsvoorwaarden en opleidingsmogelijkheden.
- Teveel bureaucratie (stroperigheid, hiërarchie, trage besluitvorming, etc.) is de belangrijkste reden waarom Informatieprofessionals bij de Rijksoverheid een andere werkgever zouden overwegen.
- Daarna is een beter salaris het meest genoemd. Dit past bij het huidige tijdsbeeld, waarin steeds meer werknemers, gedreven door de economische onzekerheid en toenemende prijzen, op zoek gaan naar financiële verbetering. In een arbeidsmarkt die schaars is liggen de mogelijkheden voor veel informatieprofessionals ook voor het oprapen.
- Een nieuwe uitdaging is de derde genoemde reden om een andere werkgever te overwegen, gevolgd door een gebrek aan doorgroeimogelijkheden. Ook dit past in een tijdperk van individualisering, waarin veel werknemers steeds meer uitdaging, afwisseling en persoonlijke groei willen realiseren en sneller uitgekeken zijn op hun huidige baan.



13. Woordassociaties met Rijksoverheid

Welke woorden associëren rijksmedewerkers met de Rijksoverheid?



14. Verbeterkansen Rijksoverheid

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



Toelichting

- 100% van de interne respondenten (n=270) heeft de open vragen 13 en 14 beantwoord.
- Hoewel dit wat minder in andere antwoorden terugkomt, associëren interne respondenten de Rijksoverheid het meeste met maatschappelijke impact maken, betrouwbaarheid, sociaal betrokken en uitdagend werk. Ook zekerheid, sociaal, groot, divers en flexibel worden meerdere keren genoemd.
- Beloning, imago, modernere visie, innovatie en beter onboarding zijn elementen die worden gezien als verbeterpunten voor de Rijksoverheid.



VOORKEUREN VAKGEBIED



Vakgebied

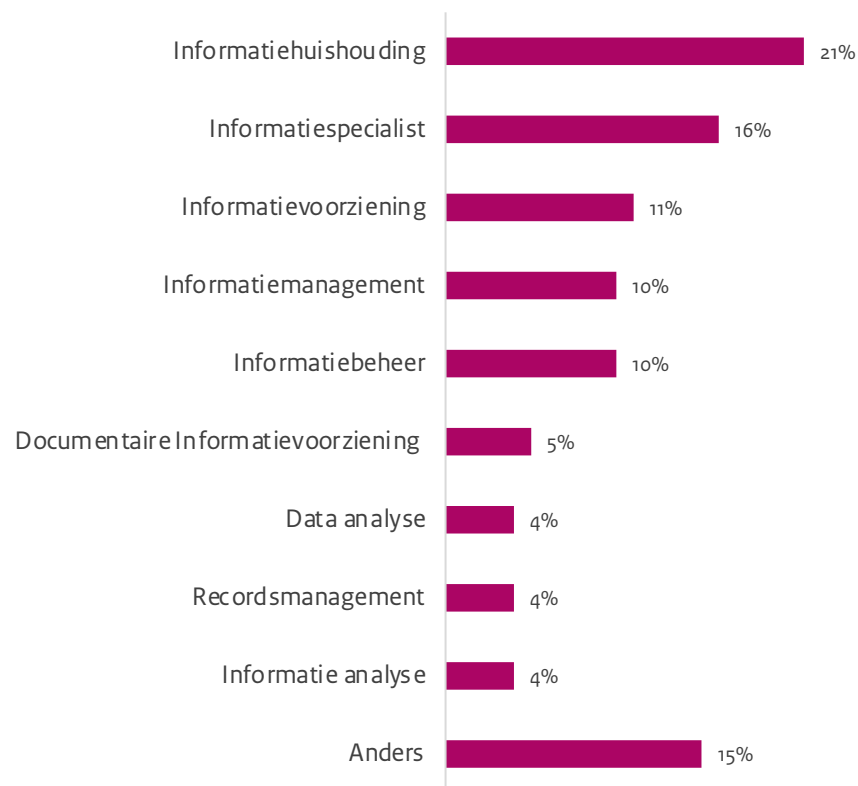
Interne en externe doelgroep



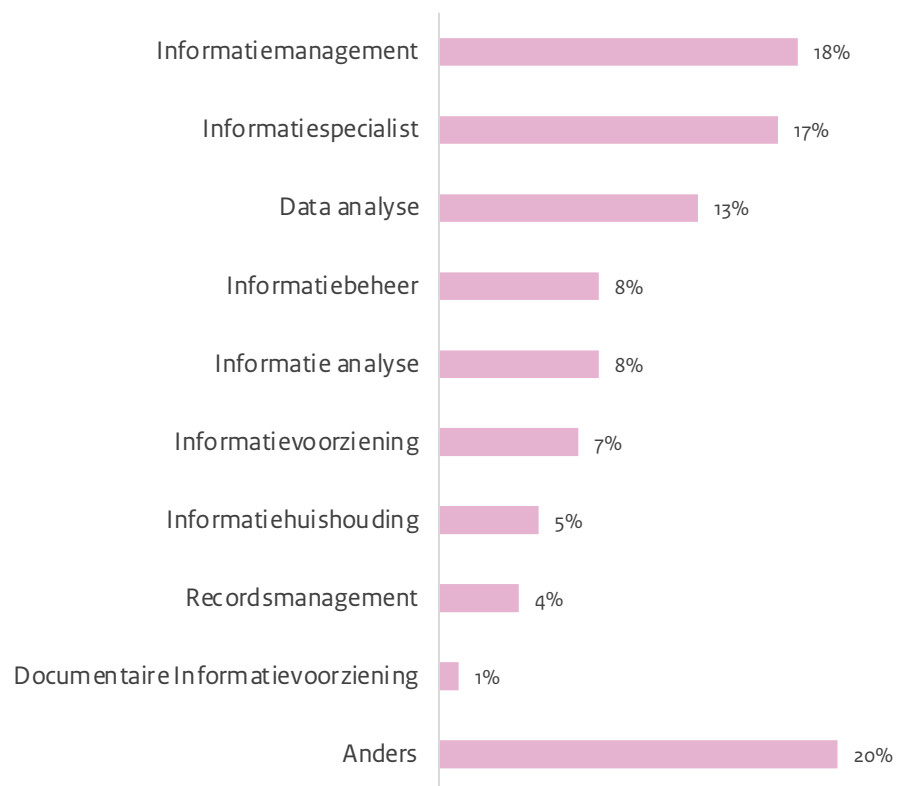
15. Term vakgebied

Welke term beschrijft volgens de doelgroep het beste het vakgebied waarin ze werkt?

Interne respondenten



Externe respondenten



Toelichting

- 94% van de interne (n=255) en 88% van de externe doelgroep (n=249) heeft deze meerkeuzevraag beantwoord, waarbij meerdere antwoorden mogelijk waren.
- Informatiehuishouding is de term die binnen de Rijksoverheid, net als vorig jaar, het meest herkend en erkend wordt. Buiten het Rijk wordt die term weinig gebruikt.
- Informatiemanagement en Informatiespecialist zijn de termen die het meest worden genoemd onder externe respondenten.
- Informatiemanagement was vorig jaar (interne en externe respondenten opgeteld) de meest logische naam voor het vakgebied, nu is dat Informatiespecialist. De verschillen zijn echter klein, beide naamgevingen kunnen goed worden gebruikt.
- 20% van de externe en 15% van de interne doelgroep had een andere naam in gedachten, die voornamelijk betrekking had op de daadwerkelijke functie die ze momenteel bekleden. De antwoorden waren te divers en specialistisch om mee te nemen in de analyse.

Vakgebied Informatiehuishouding

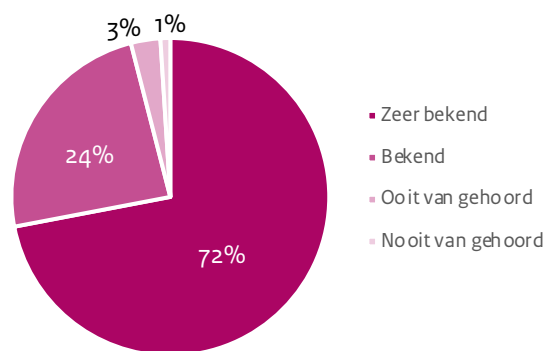
Interne en externe doelgroep



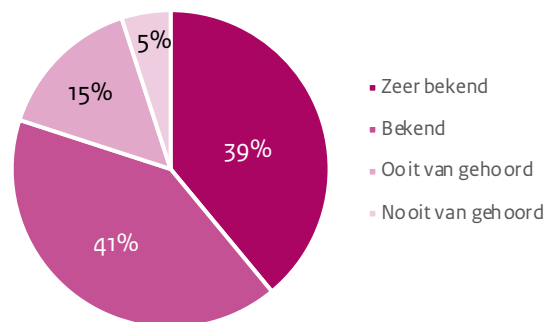
16. Bekendheid Informatiehuishouding

In hoeverre is de doelgroep bekend met de term informatiehuishouding?

Interne respondenten



Externe respondenten



17. Associatie Informatiehuishouding

Welke woorden omschrijven volgens de doelgroep het beste de term informatiehuishouding?

Interne respondenten



Externe respondenten



Toelichting

- 94% van de interne doelgroep (n=255) heeft meerkeuzevraag 16 beantwoord, waarbij meerdere antwoorden mogelijk waren. 82% (n=228) heeft open vraag 17 beantwoord.
- 88% van de externe doelgroep (n=250) heeft meerkeuzevraag 16 beantwoord, waarbij meerdere antwoorden mogelijk waren. 70% (n=200) heeft open vraag 17 beantwoord.
- De term Informatiehuishouding wordt alom herkend door de respondenten. Logischerwijs binnen de Rijksoverheid veruit het meest, maar onder externe respondenten geeft maar 5% aan er nog nooit van gehoord te hebben.
- Informatiehuishouding wordt divers omschreven door de respondenten. Logisch gezien de omvang van het vakgebied.
- Archivering wordt wel veruit het meest genoemd.
- Onder externe respondenten valt op dat het begrip data (veel) meer wordt gebruikt dan intern. Binnen het Rijk wordt vooral de term Informatie gebruikt.



ORIËNTATIE OP WERK



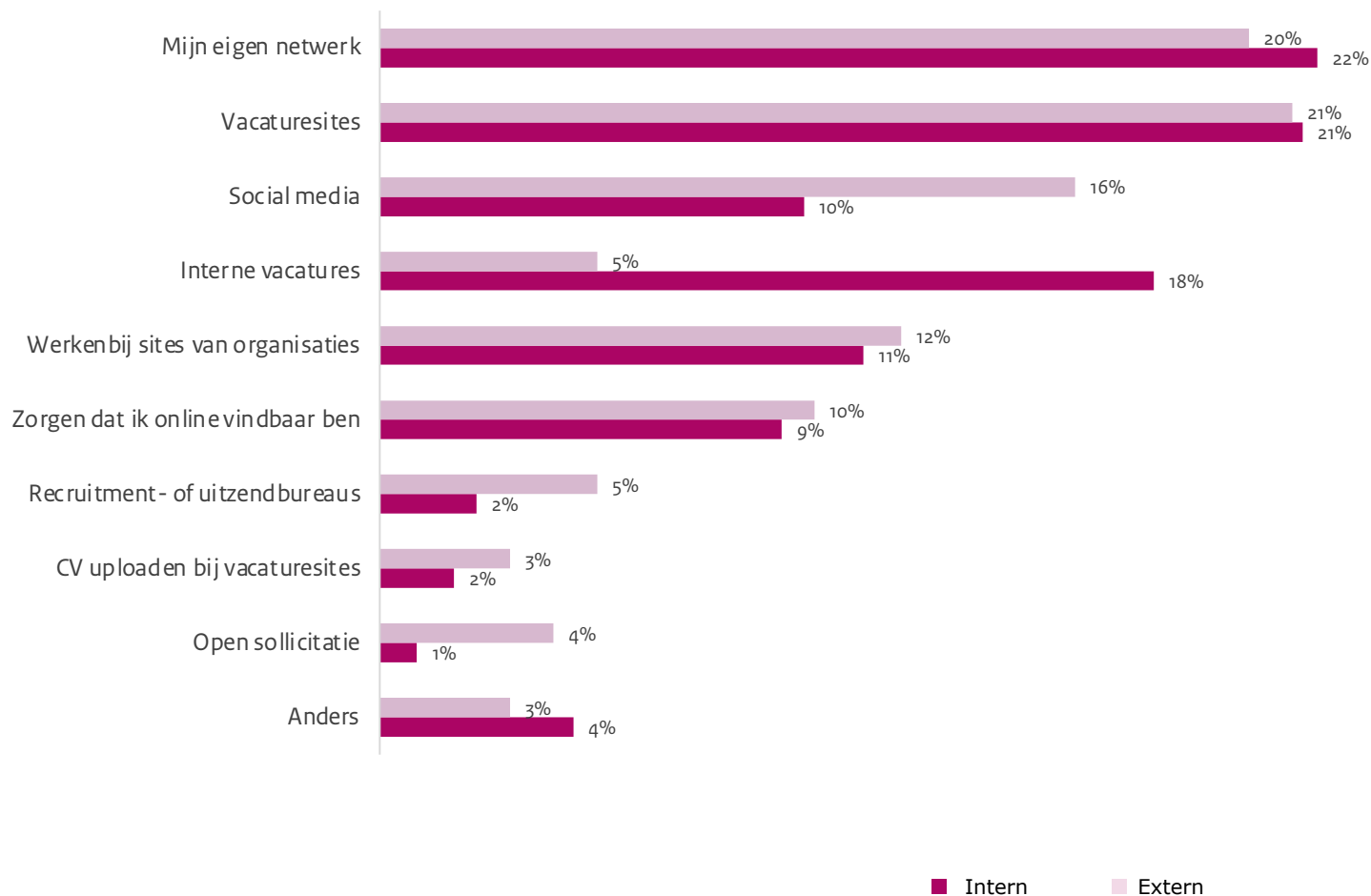
Oriëntatie op werk

Interne en externe doelgroep



18. Oriëntatiebronnen

Hoe oriënteert de doelgroep zich op werk?



Toelichting

- 90% van de interne (n=245) en 82% van de externe doelgroep (n=234) heeft deze meerkeuzevraag beantwoord, waarbij meerdere antwoorden mogelijk waren.
- Het eigen netwerk en vacaturesites zijn voor de doelgroep veruit de belangrijkste oriëntatiebronnen voor ander werk. Dit was vorig jaar ook.
- Opvallend is dat interne vacatures voor interne respondenten ook een belangrijke bron zijn in de oriëntatie op ander werk. De Rijksoverheid is een grote organisatie met veel diversiteit en veelzijdigheid in werk. Dit kan een reden zijn waarom externe respondenten zich een stuk minder oriënteren op interne vacatures.
- Social media wordt door externe respondenten als 3^e genoemd als belangrijke bron voor nieuw werk, voor interne respondenten is dat een stuk minder.

Oriëntatie op werk

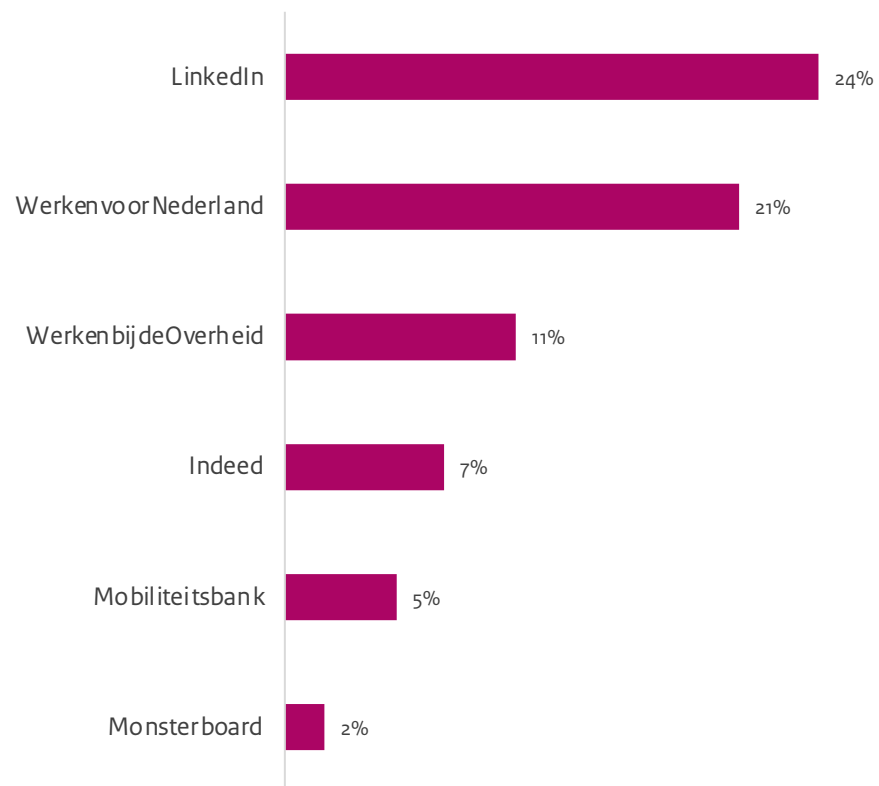
Interne en externe doelgroep



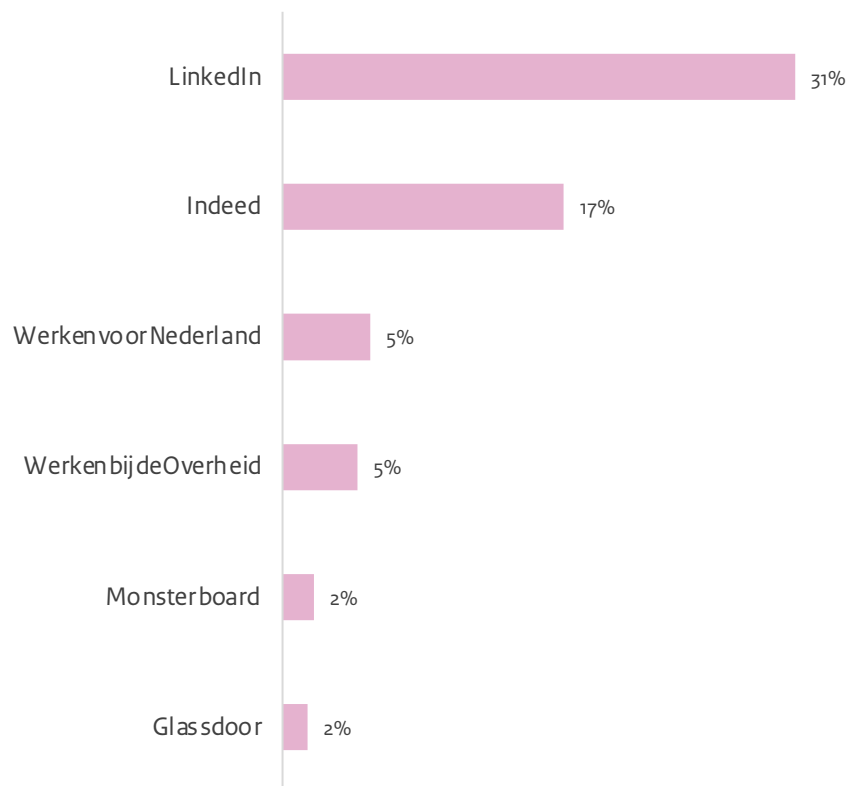
19. Vacaturesites

Via welke vacaturesites oriënteert de doelgroep zich op werk?

Interne respondenten



Externe respondenten



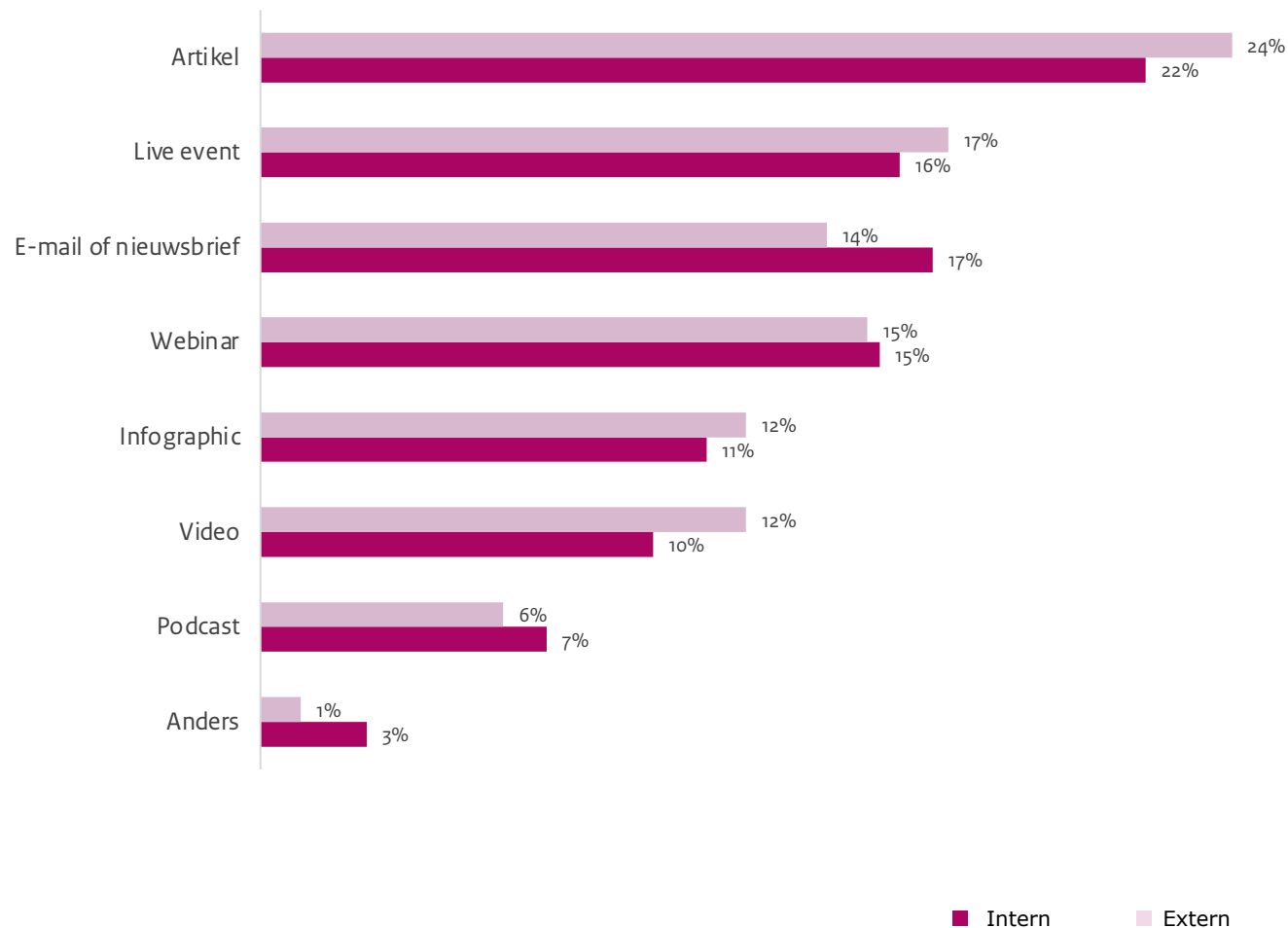
Toelichting

- 71% van de interne (n=193) en 64% van de externe doelgroep (n=182) heeft deze open beantwoord, waarbij meerdere antwoorden mogelijk waren.
- Voor interne respondenten zijn LinkedIn en daarna WerkenvoorNederland veruit de meest gebruikte vacaturesites. WerkenvoorNederland past ook bij de uitkomst van de vorige vraag, waarbij bijna 1 op de 5 aangaf zich op interne vacatures te oriënteren.
- Voor externe respondenten is vooral LinkedIn de meest gebruikte vacaturesite en in mindere mate Indeed. WerkenvoorNederland en WerkenbijdeOverheid worden door maar 1 op de 20 externe respondenten genoemd.



20. Inspiratiebronnen

Op welke manier laat de doelgroep zich het liefst inspireren met kennis of informatie rondom werk?



Toelichting

- 89% van de interne (n=242) en 81% van de externe doelgroep (n=231) heeft deze meerkeuzevraag beantwoord, waarbij meerdere antwoorden mogelijk waren.
- De doelgroep Informatieprofessionals heeft een duidelijke voorkeur voor artikelen. Ook live events en e-mails of nieuwsbrieven zijn nog steeds een van de meest gewenste manieren om geïnspireerd te worden omtrent werk.
- Relatief nieuwe mediavormen als video en podcast kunnen deze doelgroep duidelijk (nog) niet bekoren.

Oriëntatie op werk

Interne en externe doelgroep



21. Inspiratiekanalen

Waar laat de doelgroep zich het liefst inspireren met kennis of informatie rondom werk?

| Intern | |
|--------------------------|-----|
| Vakinhoudelijke websites | 20% |
| OD | 20% |
| Computable | 20% |
| LinkedIn | 19% |
| Vakbladen (papier) | 9% |
| YouTube | 5% |
| Audiodienst | 2% |
| Facebook | 1% |
| Instagram | 1% |
| Anders | 4% |



| Extern | |
|--------------------------|-----|
| LinkedIn | 24% |
| Computable | 17% |
| OD | 17% |
| Vakinhoudelijke websites | 17% |
| Vakbladen (papier) | 8% |
| YouTube | 7% |
| Facebook | 3% |
| Instagram | 3% |
| Audiodienst | 1% |
| Anders | 4% |

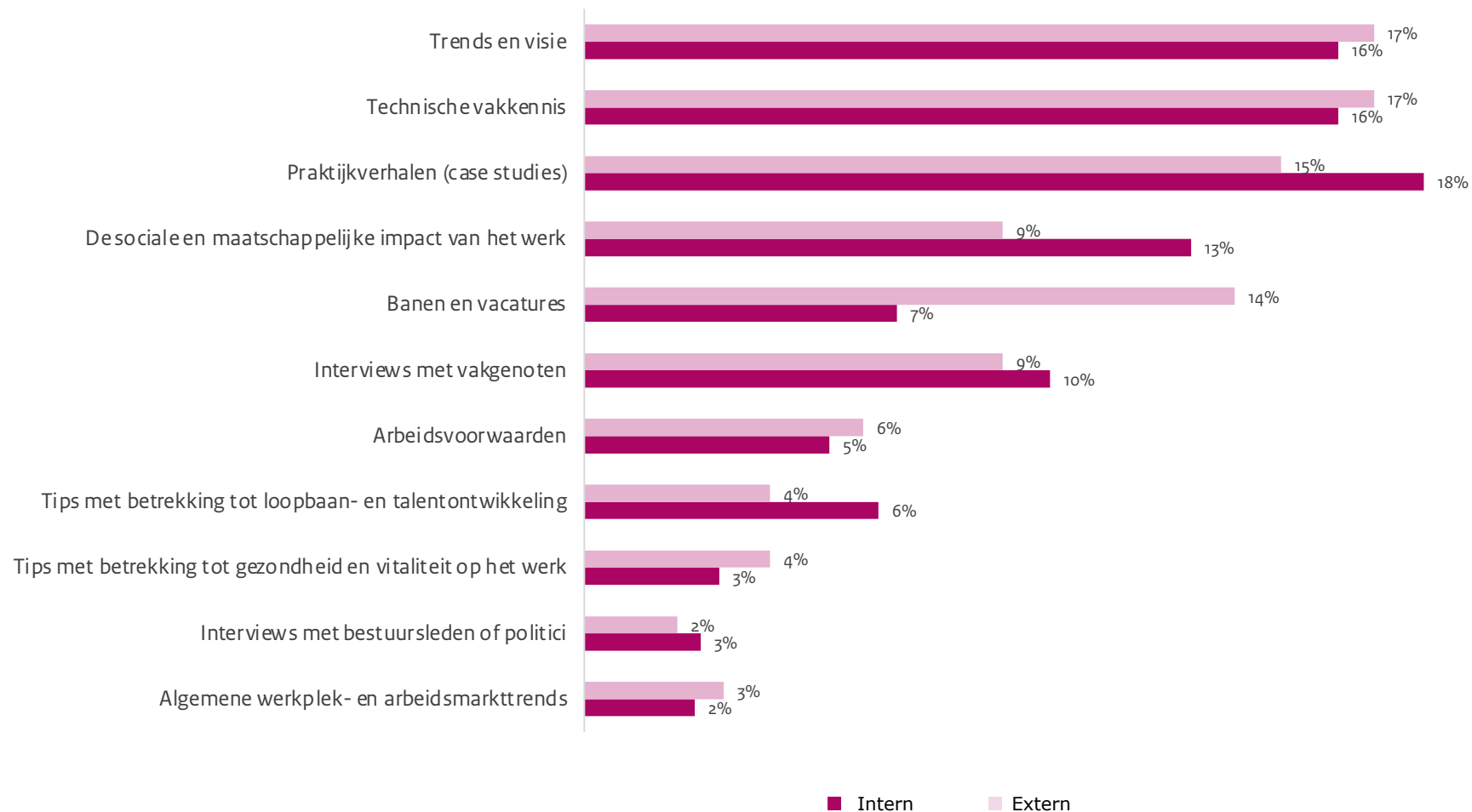
Toelichting

- 88% van de interne (n=238) en 80% van de externe doelgroep (n=228) heeft deze meerkeuzevraag beantwoord, waarbij meerdere antwoorden mogelijk waren.
- Vakinhoudelijke websites als Tweakers zijn voor de doelgroep in totaal de meest gebruikte kanalen om inspiratie te vinden. Ook OD scoort opvallend goed en blijkt onder zowel interne als externe respondenten een erkend inspiratiekanaal.
- LinkedIn wordt ook veel gebruikt, door de externe doelgroep zelfs veruit het meest. Interne respondenten geven eerder de voorkeur aan vakgerichte kanalen als Tweakers, OD en Computable.
- Traditionele social mediakanalen als Facebook, Instagram en YouTube worden door deze doelgroep maar weinig gebruikt.



22. Interesse

In welke onderwerpen met betrekking tot werk is de doelgroep het meest geïnteresseerd?



Toelichting

- 91% van de interne (n=246) en 81% van de externe doelgroep (n=229) heeft deze meerkeuzevraag beantwoord, waarbij meerdere antwoorden mogelijk waren.
- De doelgroep heeft een duidelijke voorkeur voor content omtrent trends en visie, technische vakkennis en praktijkverhalen. Dit wordt interessanter ervaren dan bijvoorbeeld de sociale en maatschappelijke impact, zeker door de externe respondenten, van wie maar 1 op de 10 aangeeft hierin geïnteresseerd te zijn.
- Interne respondenten hebben de meeste voorkeur voor praktijkverhalen, externe respondenten zijn iets meer geïnteresseerd in trends, visie en vakkennis.
- Opvallend is dat de doelgroep, zowel intern als extern, niet zit te wachten op interviews met bestuursleden en politici.



CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN





1. De doelgroep Informatieprofessionals vindt de volgende elementen het belangrijkste in een werkgever en een baan in het algemeen:
 - 1) Balans in werk en privéleven, waaronder flexibiliteit (thuiswerk mogelijkheden, werktijden, etc.) en vrijheid (vakantiedagen)
 - 2) De inhoud van het werk en de verdieping en persoonlijke ontwikkeling in hun vakgebied
 - 3) Voldoende erkenning en (financiële/secundair arbeidsvoorwaardelijke) beloning
 - 4) Een werksfeer waarin je je thuis voelt, leuke collega's en een cultuur van betrokkenheid en transparantie

Onderwaardering (externe doelgroep) en teveel bureaucratie (interne doelgroep) worden als grootste frustraties gezien. In totaal wordt een hoge werkdruk door de gehele doelgroep als grootste frustratie gezien. Dit zijn mogelijke kansgebieden voor de Rijksoverheid om zich als een aantrekkelijk werkgever in te profileren.



2. De Rijksoverheid wordt door zo'n 2/3^e van de externe doelgroep overwogen als werkgever en door zo'n 9 op de 10 rijksmedewerkers aanbevolen als werkgever. Rijksmedewerkers hechten belang aan én herkennen de Rijksoverheid het meest in:
 - 1) Een goede balans in werk en privéleven
 - 2) Verdieping in het vakgebied
 - 3) Persoonlijke ontwikkelmogelijkheden

Deze elementen kunnen worden ingezet als belofte naar de arbeidsmarkt. Uitdaging hierin is dat de externe doelgroep een goede balans in werk en privéleven ook belangrijk vindt in een werkgever, maar dit minder associeert met de Rijksoverheid. Verdieping in het vakgebied en persoonlijke ontwikkeling worden gemiddeld belangrijk gevonden en ook minder geassocieerd met de Rijksoverheid.

Negatieve herkenningpunten van rijksmedewerkers zijn vooral teveel bureaucratie, een te laag salaris, een gebrek aan uitdaging, een gebrek aan doorgroeimogelijkheden en teveel werkdruk. Negatieve associaties vanuit de externe doelgroep zijn vooral een te grote reisafstand, teveel bureaucratie en teveel negatief in het nieuws (slecht imago).



3. De meest genoemde aansprekende vaktermen onder externe respondenten zijn Informatiemanager en Informatiespecialist, op ruime afstand gevolgd door 2) Informatiedienstverlening en Informatiebeheer. Termen die vooral intern binnen de Rijksoverheid worden gebruikt zijn Informatiehuishouding en Informatiespecialist. Het aantal genoemde functietitels onder zowel interne als externe respondenten is ook enorm divers. Dit toont, net als vorig jaar, de uitdaging in het segmenteren van deze doelgroep.

Buiten de Rijksoverheid wordt de term Informatiehuishouding niet veel gebruikt. Echter wordt de term wel geheel herkend in de arbeidsmarkt. Maar 6% van alle respondenten heeft nooit van de term Informatiehuishouding gehoord.



4. De doelgroep oriënteert zich in het algemeen vooral via 1) het eigen netwerk en 2) vacaturesites op ander werk. Voor rijksmedewerkers geldt dat interne vacatures ook een belangrijk bron zijn, voor externe respondenten is dat minder.

Onder externe respondenten wordt WerkenvoorNederland.nl weinig gebruikt (1 op de 20), vergeleken bij de interne respondenten (1 op de 5). Voor deze doelgroep geldt echter dat social media ook een belangrijke bron is, alwaar WerkenvoorNederland ook zeer actief is. Rijksmedewerkers oriënteren zich gericht en direct bij werkenbij-sites en minder via social media.

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



5. De doelgroep Informatieprofessionals heeft een duidelijke voorkeur voor artikelen om zich te laten inspireren. Ook live events en e-mails of nieuwsbrieven zijn gewenste manieren om geïnspireerd te worden omtrent werk. Relatief nieuwe mediavormen als video en podcast kunnen deze doelgroep (nog) niet bekoren.

De meest gebruikte mediakanalen om zich te laten inspireren zijn LinkedIn (vooral externe doelgroep) en vakinhoudelijke websites als Tweakers. Ook Computable en OD worden door zowel interne als externe respondenten veel gebruikt. Traditionele social mediakanalen als Facebook, Instagram en YouTube worden door deze doelgroep maar weinig gebruikt.

De doelgroep heeft een duidelijke voorkeur voor content omtrent trends en visie, technische vakkennis en praktijkverhalen. Dit wordt interessanter ervaren dan bijvoorbeeld content rondom sociale en maatschappelijke impact, zeker door de externe respondenten, van wie maar 1 op de 10 aangeeft hierin geïnteresseerd te zijn. Interne respondenten hebben de meeste voorkeur voor praktijkverhalen, externe respondenten zijn iets meer geïnteresseerd in trends, visie en vakkennis.

Opvallend is dat de doelgroep, zowel intern als extern, overduidelijk minder zit te wachten op interviews met bestuursleden en politici.


FACTSHEET INFORMATIEPROFESSIONAL

4. Oriëntatie op werk

Het eigen netwerk 





Vacaturesites 

Interne vacatures (interne doelgroep) 

Informatiemanager/
Informatiespecialist 



1. Voorkeuren werk(gever)


-  Balans in werk & privéleven
-  Inhoud, verdieping & ontwikkeling
-  Salaris en arbeidsvoorwaarden
-  Werksfeer en verbondenheid




3. Inspiratie vakgebied

Vakbladen, OD, Computable 





LinkedIn (externe doelgroep) 

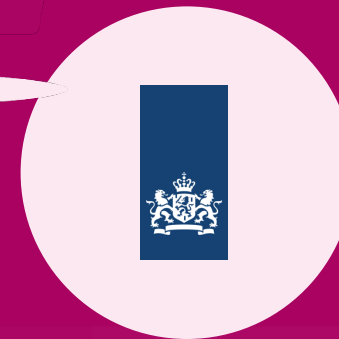
Artikelen, live events en
nieuwsbrieven 

Trends en visie, vakkennis en
praktijkverhalen 



2. Associatie Rijksoverheid

-  Balans in werk & privéleven
-  Baanzekerheid
-  Inhoud, verdieping & ontwikkeling (interne doelgroep)
-  Impact maken (externe doelgroep)



Colofon

Uitgave

Drijfverenonderzoek Informatieprofessionals
2023

Versterking Capaciteit Informatiehuishouding
www.werkenvoornederland.nl
www.openoverheid.nl

Auteur

Jeroen Moerenhout

Contact

wervingihh@rijksoverheid.nl

Werken aan
een open overheid
is werken
voor Nederland