



Werving in tijden van schaarste

We zien het al een tijdje: de arbeidsmarkt wordt steeds krappere. Maar welke factoren leiden precies tot deze schaarste? Vanuit onze ervaring bij Rieken & Oomen signaleren we enkele cruciale ontwikkelingen die direct van invloed zijn op de beschikbaarheid van gekwalificeerde kandidaten.

Ten eerste vraagt de markt om nieuwe, toekomstgerichte vaardigheden, met name voor leiderschap. De leiders van morgen moeten beschikken over digitaal leiderschap en technologische geletterdheid. Dit houdt in dat ze data-gedreven beslissingen kunnen nemen en technologieën zoals kunstmatige intelligentie effectief toepassen op bedrijfsprocessen en samenwerking. Daarnaast wordt wendbaar en adaptief denken steeds belangrijker: het vermogen om snel te schakelen wanneer de situatie daarom vraagt. Deze vereisten weerspiegelen zich ook in de governance-structuren van organisaties, waar raden van toezicht nu vaker toezichthouders zoeken met de specifieke portefeuille 'digitale transformatie'.

Ook demografische verschuivingen spelen een grote rol in de schaarste. Verstedelijking en het vertrek van jongeren naar dichtbevolkte gebieden verzwakken het lokale aanbod. Tegelijkertijd veranderen de voorkeuren van werknemers. Niet iedereen kiest nog voor een fulltime werkweek; flexibiliteit en ruimte voor ondernemerschap worden steeds belangrijker. Zo sprak ik onlangs een kandidaat die naast zijn baan ook tijd vrij wil houden voor het bedrijf dat hij samen met een vriend heeft opgezet.

De Stoelendans

De schaarste op de arbeidsmarkt doet denken aan een stoelendans: veel organisaties, maar weinig beschikbare kandidaten. Gekwalificeerde kandidaten hebben daardoor meerdere opties, wat betekent dat snel schakelen en actief contact onderhouden belangrijker zijn dan ooit om succesvolle plaatsingen te realiseren. Om onze opdrachtgevers als winnaar uit deze stoelendans te laten komen, richten we ons sterk op het versterken van hun werkgeversmerk. Dit doen we met innovatieve wervingsstrategieën en

een nadrukkelijke focus op employer branding. Zo helpen we organisaties aantrekkelijk te zijn voor potentiële medewerkers.

Traditionele wervingsmethoden, zoals advertenties in kranten of op sommige online vacatureplatforms, brengen vaak niet de juiste kandidaten op. Daarom zetten we steeds vaker in op korte bedrijfsfilms en andere moderne vormen van kennismaken en solliciteren, die aantrekkelijker en effectiever zijn voor de juiste doelgroep. Dit vraagt ook om een goed begrip van de kanalen die kandidaten daadwerkelijk gebruiken en het gericht inzetten daarvan. Bij onze opdrachten staat niet alleen de maatschappelijke opgave centraal, maar ook het unieke werkgeversprofiel. Zo brengen we bijvoorbeeld bij een organisatie met een sterk flexibele werkcultuur deze flexibiliteit extra onder de aandacht van potentiële kandidaten.

De huidige arbeidsmarkt zorgt daarnaast voor stijgende wervingskosten: hoe langer het proces duurt, hoe hoger de kosten. Dit geldt zowel wanneer organisaties zelf kandidaten zoeken als wanneer wij vanaf de start worden ingeschakeld. Door de schaarste benaderen we kandidaten intensiever, wat leidt tot langere doorlooptijden van wervingsprocessen.

Slimme Moves

In een arbeidsmarkt waar talenten het voor het kiezen hebben, zijn traditionele wervingsstrategieën steeds minder effectief. Kandidaten hechten tegenwoordig meer waarde aan werk-privébalans, flexibiliteit en de mogelijkheid tot hybride werken. Wij helpen onze opdrachtgevers hun werkgeversmerk te versterken en slimme, creatieve wervingsstrategieën te ontwikkelen die écht aansluiten op de verwachtingen van talent.

Wil je weten hoe we jouw organisatie aantrekkelijker maken voor topkandidaten en je helpen winnen in de talentenstrijd? Neem contact met ons op – we staan klaar om samen de volgende stap te zetten.