

Persbericht

AANTAL PERSONEELSADVERTENTIES IN DERDE KWARTAAL 2008 GEDAALD MET 8,2%

AMSTERDAM - 21 oktober 2008 - Het aantal personeelsadvertenties is in het derde kwartaal van 2008 met 8,2% gedaald ten opzichte van dezelfde periode vorig jaar, blijkt uit cijfers van Nielsen Media Research. Nielsen registreert de personeelsadvertenties in meer dan duizend media, waaronder de landelijke en regionale dagbladen, vak- en managementbladen en de belangrijkste vacaturesites. Het was het derde achtereenvolgende kwartaal dat het aantal personeelsadvertenties afnam.

Grootste daling personeelsadvertenties bij dagbladen

De daling bij de dagbladen was met 14,6% het grootst. In het tweede kwartaal van dit jaar hadden de dagbladen met 6,6% vergeleken met de overige mediumtypen ook al te maken met de grootste afname van het aantal personeelsadvertenties. De vak- en managementbladen noteerden een kleine plus met 0,8%, terwijl ze als eerste in het vierde kwartaal van 2007 te maken hadden met een dalend aantal personeelsadvertenties. Opvallend genoeg, gezien de kredietcrisis, profiteerde dit mediumtype in het derde kwartaal van dit jaar vooral van een grote toename van het aantal personeelsadvertenties voor financiële en verzekeringsberoepen. Het aantal personeelsadvertenties op jobsites nam af met 8,3%.

Per mediumtype per maand zijn grote fluctuaties in de ontwikkeling van het aantal personeelsadvertenties. Op de vacaturesites nam het aantal personeelsadvertenties in juli 2008 met 14% af en in augustus met bijna 11%, maar in september is weer sprake van een lichte toename van 0,5%. Bij dagbladen en vak- en managementbladen zijn de schommelingen in het derde kwartaal nog groter. In juli daalde het aantal personeelsadvertenties in dagbladen met 21%, steeg het aantal in augustus met 22% om vervolgens in september met 30% te dalen. Eenzelfde ontwikkeling noteerden de vak- en managementbladen: juli -6%, augustus +32% en september -12%.

Daling aantal personeelsadvertenties in 2008 tot nu toe 4,9%

Over de eerste drie kwartalen van 2008 gemeten nam het aantal personeelsadvertenties af met 4,9% in vergelijking met dezelfde periode vorig jaar. In de periode januari tot en met september 2007 nam het aantal personeelsadvertenties nog met bijna 27% toe vergeleken met 2006. Het hoogtepunt wat de toename aan arbeidsmarktcommunicatie betreft ligt inmiddels precies twee jaar achter ons. Toen, in het derde kwartaal van 2006, nam het aantal personeelsadvertenties toe met 48%.

Hoewel het aantal personeelsadvertenties afneemt, neemt ook de werkloosheid nog steeds af, zo blijkt uit cijfers van het CBS. In het derde kwartaal van 2008 bedroeg de afname 14% in vergelijking met dezelfde periode vorig jaar. In het tweede kwartaal nam de werkloosheid af met 12% en in de eerste drie maanden daalde het aantal werklozen nog met 17%.

Het verleden heeft aangetoond dat de ontwikkeling van het aantal personeelsadvertenties een graadmeter is voor de ontwikkeling van de werkloosheid. Na een piek in het aantal personeelsadvertenties in 2000 nam het aantal personeelsadvertenties in 2001 af, terwijl tegelijkertijd de werkloosheid ook nog daalde. In 1994 en 2005 nam het aantal personeelsadvertenties weer toe, terwijl toen ook de werkloosheid nog toenam. Het lijkt er dan ook op dat de ontwikkeling van het aantal personeelsadvertenties een voorbode is van de ontwikkeling van de werkloosheid, hoewel de werkloosheid in het derde kwartaal van dit jaar iets meer afnam dan in het tweede kwartaal.

Marktaandelen

Nielsen registreerde in het derde kwartaal van dit jaar bijna 300.000 personeelsadvertenties waar 326.000 vacatures in stonden. Internet neemt met 91% veruit het grootste deel van de personeelsadvertenties voor zijn rekening, gevolgd door Dagbladen met 5%. Vak- en managementbladen hebben een aandeel van 3% en de overige mediantypen 1%.

Grootste daling aantal personeelsadvertenties beroepsgroep Beleid en Bestuur

De top 5 beroepsgroepen is was in het derde kwartaal van 2008 goed voor 58% van het totale aantal personeelsadvertenties. Opvallend was dat juist de beroepsgroep Verzekeringen & Financiën een stijging noteerde van het aantal personeelsadvertenties waar vooral de vak- en managementbladen van profiteerden. Van de overige beroepsgroepen uit de top 5 nam het aantal personeelsadvertenties af. De beroepsgroep Beleid en Bestuur daalde zelfs met 53%, terwijl die in het tweede kwartaal nog de hoogste groei noteerde met 17%. De overige beroepsgroepen uit de top 5 noteerden alle een daling: Administratie & Klantenservice en Verkoop & Handel beide -14% en Informatie- & Communicatietechnologie -9%.

Over Nielsen Media Research

Nielsen Media Research levert al 50 jaar informatie over mediabestedingen in Nederland. Ze is marktleider en geeft op basis van complete en actuele data inzicht in de ontwikkelingen in de media- en reclamemarkt. Deze informatie is essentieel voor de



bedrijfsvoering van alle partijen die in deze markt actief zijn: uitgevers, media-exploitanten, media- en reclamebureaus en adverteerders. Nielsen Media Research levert informatie over de mediabestedingen in vrijwel alle mediumtypen. Ongeacht het mediumtype realiseert ze vergelijkbaarheid in mediadruk op adverteerders- en productniveau. Naast de mediabestedingen legt Nielsen Media Research advertentie-uitingen in deze mediumtypen digitaal vast en levert het bedrijf informatie over mediabestedingen voor personeelsadvertenties. Kijk voor meer informatie op www.nl.nielsen.com

Over Nielsen Media Research International

Nielsen Media Research is onderdeel van Nielsen Media Research International (NMRI), dat wereldwijd media-informatie levert (zowel mediabestedingen als uitingen) in 35 landen. Via een netwerk van internationale samenwerkingsverbanden wordt media-informatie geleverd in meer dan 70 landen, waarmee wereldwijd gezamenlijk 85% van de mediabestedingen wordt vertegenwoordigd. In de VS voert Nielsen Media Research kijkonderzoek uit voor televisie. Buiten de VS voert Nielsen Media Research via internationale partnerships kijkonderzoek uit in 46 landen, luisteronderzoek voor radio in 9 landen en bereiksonderzoek voor print in 10 landen. Kijk voor meer informatie op www.nielsenmedia.com.

Over The Nielsen Company

The Nielsen Company is een wereldspeler op het gebied van informatie en media en neemt de marktleiderspositie in met erkende merken op het gebied van marketing informatie (ACNielsen), onderzoek naar mediumbereik en mediabestedingen (Nielsen Media Research), online intelligence (NetRatings en BuzzMetrics), beurzen en tentoonstellingen en business information (Billboard, The Hollywood Reporter, Adweek). The Nielsen Company is actief in meer dan honderd landen en heeft hoofdkantoren in New York (Verenigde Staten). Kijk voor meer informatie op www.nielsen.com.

###