

Stoffig imago IT schrikt studenten af

Arbeidsmarktpositie IT-bedrijven baart zorgen

De IT-sector kampt al jaren met een imagoprobleem, en het wordt er niet beter op. Uit recent onderzoek van Blauw Research blijkt dat de naamsbekendheid van veel IT-bedrijven slinkt en IT-studenten en -professionals niet overlopen van enthousiasme voor hun studie of carrière. Tijd voor actie, voordat studenten en professionals de branche massaal links laten liggen.

door: ESTER SCHOP/E.SCHOP@SDU.NL beeld: FREEK VAN DEN BERGH/NOVUM

Het scheelde maar weinig of de Imago Blauwdruk ICT Arbeidsmarkt van het Rotterdamse bureau Blauw Research was dit jaar voor het eerst in veertien jaar niet doorgegaan. Het animo onder IT-bedrijven voor het onderzoek was historisch laag, waardoor het niet rendabel uitgevoerd kon worden. Maar Blauw besloot zelf te investeren in het onderzoek, omdat het overtuigd is van de noodzaak en het geen hiaten wilde in de cijfers. Volgens Kerklaan is het goed merkbaar dat IT-bedrijven al een tijdje de hand op de knip houden als het gaat om imago- en branding-campagnes. Uit het onderzoek, dat binnenkort wordt gepubliceerd, blijkt dat de naamsbekendheid, het imago en de voorkeurspositie van veel IT-bedrijven een knauw heeft gekregen. Op de 25 aspecten die Blauw meet springen de IT-bedrijven als groep er alleen uit qua goede naam, carrièremogelijkheden en innovativiteit. Op de andere – waaronder niet onbelangrijke als arbeidsvoorwaarden, interessante functies, balans werk/privé en aansprekende cultuur – blijven de IT-bedrijven achter. Op een aantal aspecten zelfs ver achter. Het aantal bedrijven waar een IT-professional zou willen werken is bovendien licht maar onmiskenbaar gedaald; van 3,3 in 2011 naar 3 in 2012. Het merendeel van de studenten en professionals geeft ook aan niet te weten aan welke IT-werkgever ze de voorkeur geven. “En dat is slecht nieuws, als je die ‘war on talent’

wilt winnen als straks het tekort aan hoogopgeleide IT'ers weer groeit”, stelt Marlies Kerklaan, manager van de afdeling Branding van Blauw Research.

Absoluut niet sexy

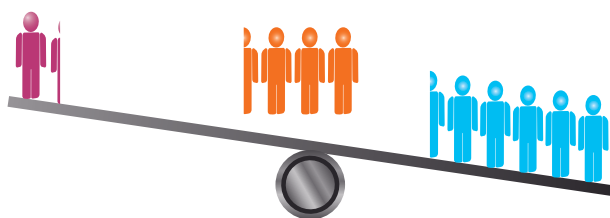
Imagodeskundige Zabeth van Veen, oprichter van het bureau ImagoMatch, stelt dat het imago van IT absoluut niet als sexy wordt gezien, iets wat voor jongeren bij beroeps- of studiekeuze wel belangrijk is. “De vooroordelen liegen er niet om: IT-bedrijven zouden nerdy en stoffig zijn en IT'ers niet communicatief en moeite hebbend met samenwerken.” Deels komt dit door de aard van de werkzaamheden: IT'ers brengen de meeste tijd door achter een scherm, waardoor ze minder belangrijk lijken voor een organisatie, maar deels komt dit ook door het karakter van de gemiddelde IT'er. Van Veen: “IT'ers komen te weinig voor zichzelf op en hebben moeite zich te presenteren aan de buitenwereld. En als ze dat wel

Zabeth van Veen:

“De vooroordelen liegen er niet om: IT-bedrijven zouden nerdy en stoffig zijn”



Verwachting ten aanzien van de werkgelegenheid



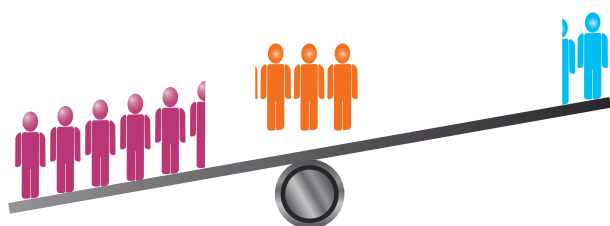
- Daling
- Min of meer stabiel
- Stijging

- Mee eens
- Neutraal/weet niet
- Mee oneens

Door offshoring verdwijnt veel werk voor hoogopgeleide IT'ers



Door offshoring verdwijnt veel werk voor laagopgeleide IT'ers



- Mee eens
- Neutraal/weet niet
- Mee oneens

BRON: IMAGO BLAUWDruk ICT ARBEIDSMARKT, BLAUW RESEARCH

doen, worden ze nogal eens teruggefloten door de groep. Vaak zijn het ontzettend slimme mensen, maar ze zijn meer van de inhoud. Imago vinden ze een sausje, iets cosmetisch, waar ze ver van weg willen blijven." IT-bedrijven en hun personeel zouden zich volgens Van Veen niet alleen met het hoofd bezig moeten houden, maar ook met uiterlijkheden. "Je ziet dat bedrijven die hier wel op focussen, zoals Apple, Google en Facebook, een veel hipper imago hebben en het personeel voor het uitkiezen hebben. Die bedrijven weten dat merkbeleving en perceptie minstens zo belangrijk zijn als de inhoud." Google wordt in het Blauw-onderzoek het vaakst gekozen uit het lijstje met IT-werkgevers waar IT-studenten en -professionals het liefst voor willen werken. Ook Microsoft wordt vaak genoemd. Kerklaan: "Blijkbaar spreken consumentenmerken meer tot de verbeelding dan IT-bedrijven die zich hoofdzakelijk concentreren op de zakelijke markt." Linda Metzemaekers, projectleider van het

Blauw-onderzoek, stelt dat werken in de IT dynamisch en stoer kan zijn. "De berichten over beveiligingslekken en hacking laten zien dat er ook een spannende kant aan zit. Bovendien zal het belang van IT voor organisaties alleen maar verder toenemen. Maar op de een of andere manier slagen IT-bedrijven en de

branche er niet in om deze boodschap goed over te brengen."

Werk aan de winkel

De uitkomsten van de Imago Blauwdruk ICT Arbeidsmarkt 2012 tonen aan dat er werk aan de winkel is, en niet zo'n beetje ook! Zo is nog geen 8 procent van de ondervraagde IT-studenten zeer enthousiast over werken in de IT, terwijl 45 procent een onvoldoende of hooguit een zesje over heeft voor een carrière in de IT. Kerklaan: "Ik vind dit shocking. Dit gaat wel over de studie

Marlies Kerklaan:
"Het wordt hoogtijd dat IT-bedrijven meer aandacht besteden aan hun imago en naamsbekendheid"



Top-5 favoriete IT-werkgevers:

1. Google
2. Capgemini
3. Microsoft
4. Getronics
5. Logica

STAPPENPLAN

Imagodeskundige Zabeth van Veen stelde op verzoek van AutomatiseringGids een stappenplan op om het imago van de IT-branche en de mensen die erin actief zijn te verbeteren. Volgens haar gaat dit niet van de een op de andere dag. "Reken maar op een jaar of vier. De perceptie verandert pas als de mensen die voor je werken – je visitekaartje – zelf veranderen en meer aandacht schenken aan personal branding en uiterlijke presentatie. En dat heeft niets te maken met ijdeluiterij."

- 1 **Begin bij de opleidingen.** Zorg dat er veel meer aandacht komt voor soft skills. En dan heb ik het niet over een uurtje per week en een module presenteren. Het curriculum moet drastisch op de schop.
- 2 **Besteed als bedrijf meer aandacht aan je personeel.** Zorg dat ze zich goed kunnen ontwikkelen en focus ook op persoonlijke ontwikkeling en uiterlijkheden. Eigenlijk komt het neer op twee dingen: geef ze aandacht en respect. En werf communicatief vaardige, hippe mensen die uitstralen wat je als bedrijf wilt uitstralen.
- 3 **Lobby voor of sponsorrollen in veel bekeken producties in de tv- en filmwereld.** De forensische opsporing spint garen bij series als CSI Miami. Je zou bijvoorbeeld kunnen denken aan een hip karakter in de soap Goede Tijden, Slechte Tijden die werkzaam is als IT'er. Dat spreekt bij jongeren tot de verbeelding.
- 4 **Als er binnen een bedrijf een succes wordt geboekt ligt de focus vaak op de accountmanager en niet op de IT'ers in het team.** Zet die laatste groep wat meer in de schijnwerpers, maak bijvoorbeeld een hall of fame op kantoor. Zorg dat iedereen weet wat het belang is van IT en goede professionals binnen de organisatie. En zorg dat IT'ers trots zijn op hun werk.
- 5 **Er is ook een belangrijke rol weggelegd voor IT'ers zelf: probeer objectief naar jezelf te kijken:** wat zijn je sterktes en zwaktes en ontwikkel je competenties, zeker ook op communicatief gebied.
- 6 **Werk aan een branchebrede campagne.** Dit hoeft niet duur te zijn en is gemakkelijker te realiseren dan gedacht: Vorm een projectgroep met circa zes leden, werkzaam bij verschillende IT-bedrijven. Je moet zoeken naar een goede mix van talenten op het gebied van IT, marketing, communicatie en design en zet er een stevige projectmanager op. Stel ze twee weken vrij van werkzaamheden en stuur ze desnoods naar een hutje op de hei. Er is geen plek voor hotemetoten, wees niet bang om ego's te kwetsen. Zoek getalenteerde jonge honden die 'out of the box' durven te denken en die gewend zijn om onder tijdsdruk een project te realiseren. Vergeet niet één of twee vrouwen in de projectgroep te laten plaatsnemen.

die je gekozen hebt en de loopbaan die je voor ogen hebt. Dan verwacht je toch meer gedrevenheid en enthousiasme, zeker bij jonge mensen. Als je afgaat op deze uitkomsten, ziet de toekomst van de sector er niet veelbelovend uit." Ook IT-professionals lopen niet over van enthousiasme. Zo heeft maar 15 procent meer dan een acht over voor zijn werk en geeft 23 procent een onvoldoende of hooguit een zesje. Opvallend is dat de ondervraagden denken dat de buitenwereld een positiever beeld heeft van werken in de IT-branche dan zijzelf. 47 procent van de studenten en 51 procent van de professionals denkt dat buitenstaanders werken in de IT bestempelen als (zeer) aantrekkelijk. Slechts 8 procent van de IT-studenten denkt dat anderen een carrière in de IT (zeer) onaantrekkelijk vinden; bij de IT-professionals is dat 10 procent. Verder blijkt uit het onderzoek dat de meeste IT-studenten en professionals hun enthousiasme over hun studie of werk wel eens delen met anderen. Toch gebeurt dit eerder soms (63 procent) dan vaak (27,6) en er is ook nog een aanzienlijke groep die dit nooit doet (ruim 9 procent). Metzemaekers: "Dit is zonde, want je eigen medewerkers en studenten zijn de beste ambassadeurs om interesse te kweken. Het is duidelijk dat de branche het hier niet van moet hebben."

Arbeidsmarktperspectieven

Wat ook helpt om je aantrekkelijkheid als branche te vergroten, is het kunnen schetsen van gunstige arbeidsmarktperspectieven. Op dit moment is onduidelijk welke kant het

opgaat met de werkgelegenheid. Er zijn onderzoeken die spreken over een tekort van duizenden IT'ers op korte termijn, maar er zijn ook rapporten die reppen over een krimpende vraag naar IT'ers in Europa. Uit de Imago Blauwdruk blijkt dat IT'ers en IT-studenten die verwachten dat de werkgelegenheid voor IT'ers in de komende vijf jaar stijgt, ruim in de meerderheid zijn. Studenten zijn iets positiever gestemd dan ervaren IT'ers, wat volgens Metzemaekers gebruikelijk is. "Studenten zijn

Linda Metzemaekers:
"De berichten over
beveiligingslekken en
hacking laten zien dat
er ook een spannende
kant aan IT zit."



jong en onbevangen en zien nog niet zo veel beren op de weg."

Wel wordt gevreesd dat offshoring van IT-werkzaamheden de kans op een baan kleiner maakt. Maar liefst 50 procent van de IT'ers en 44 procent van de IT-studenten houdt er rekening mee dat dit hun baankansen vermindert. Vooral laagopgeleide IT'ers zullen daar slachtoffer van worden, is de verwachting. Op de vraag of door offshoring het werk voor IT'ers in Nederland interessanter wordt antwoordt 31 procent van de IT'ers ja, 29 procent nee en 39 procent is neutraal. De antwoorden van de IT-studenten laten een vergelijkbaar beeld zien.

Negatieve spiraal doorbreken

"Uit ons onderzoek komt duidelijk naar voren dat het hoogtijd wordt dat IT-bedrijven en de branche de mouwen opstropen en meer aandacht gaan besteden aan hun imago en naamsbekendheid. Het is tijd voor actie, het gaat allemaal niet vanzelf!", vat Kerklaan de onderzoeksresultaten samen. De aangekondigde campagne van branchevereniging ICT-Office om scholieren te interesseren voor een opleiding en carrière in de IT, is volgens haar hard nodig. Blauw adviseert klanten uit de IT al langer om over de eigen muren heen te kijken. Kerklaan: "De hele branche heeft een probleem, dus trek het breder en pak het gezamenlijk aan. Ik weet dat het een lastige tijd is en dat de budgetten onder druk staan, maar op deze manier kom je in een negatieve spiraal en kalft het animo voor een studie of een carrière in de IT alleen maar verder af." En het laatste dat de branche kan gebruiken is dat professionals de branche straks massaal links laten liggen als het jachtseizoen weer is geopend. <<

NAAMSBEKENDHEID, IMAGO EN
VOORKEURSPOSITIE VAN VEEL IT-BEDRIJVEN
HEEFT KNAUW GEKREGEN

