

## Samenvatting rapport Place Branding Schiphol

In opdracht van en in samenwerking met Luchtvaart Community Schiphol (LCS) heeft [adviesbureau “Jonge Honden”](#) in september een onderzoek uitgevoerd naar de beeldvorming over de aantrekkelijkheid van Schiphol als werkgebied. Hieronder vind je een samenvatting van de belangrijkste resultaten en aanbevelingen.

Aan de hand van een interactieve vragenlijst en door middel van diepte interviews is onderzoek gedaan onder drie doelgroepen: huidig werkenden, toekomstig werkenden en studenten. Daarnaast hebben we gekeken naar opleidingsniveau, leeftijd en geslacht.

### Aanleiding

Aanleiding voor het onderzoek is dat LCS bij werkgevers op Schiphol de behoefte signaleert om de luchthaven Schiphol nadrukkelijker te positioneren als ‘the place to work’. “Als werkgevers in de luchtvaartsector moeten wij aantrekkelijk blijven voor goed gekwalificeerde mensen. Werken in de luchtvaart op Schiphol moet dé keuze zijn voor talentvolle werkenden”, aldus een citaat uit [de arbeidsmarktvisie van de LCS Council](#).

### Aanpak

Het onderzoek was kwantitatief met een kwalitatieve verdieping door interviews. Via LinkedIn, Facebook, Instagram en de kanalen van werkgevers op Schiphol is een digitale vragenlijst uitgezet via de ‘[Swipocratie](#)’-methode\*. Deze is door bijna 1.500 mensen uit de drie doelgroepen ingevuld. Aansluitend is dit opgevolgd door het kwalitatieve onderdeel, dat bestond uit 11 diepte interviews met werkenden, niet-werkenden en studenten. Voor het werkgeversbeeld zijn gesprekken gevoerd met werkgevers en HR-directeuren op Schiphol.

**\*Swipocratie: methode waarmee je door middel van het naar links of rechts swipen op je smartphone / tablet heel intuïtief je mening over een vraag, stelling of dilemma kunt geven.**

### Resultaten

Op hoofdlijnen zien wij de volgende resultaten:

- 82% van alle respondenten geeft aan dat ze Schiphol een aantrekkelijk werkgebied vinden.
- Respondenten geven op alle uitgevraagde onderwerpen, zoals doorgroeimogelijkheden (92%), bijdragen aan innovatie (90%), keuzevrijheid (93%) en persoonlijke ontwikkeling (92%), aan dat ze het belangrijk vinden.
- Arbeidsomstandigheden en arbeidsvoorwaarden (78%) zijn onverminderd belangrijk.
- Een derde van de respondenten geeft aan onvoldoende zicht te hebben op de diverse baanmogelijkheden op Schiphol. Bij de groep wo’ers en toekomstig werkenden ligt dit zelfs nog hoger (45%).
- Werken in een divers team, scoort echt heel hoog (81%).

## **Aanbevelingen**

### **1. Besteed aandacht aan maatschappelijke waarden**

Respondenten geven aan maatschappelijk belang, duurzaamheid en innovatie belangrijk te vinden. Uit het onderzoek blijkt dat momenteel onvoldoende zichtbaar is welke activiteiten op dit vlak plaatsvinden binnen het werkgebied Schiphol. Respondenten, en in het bijzonder studenten en toekomstig werkenden, geven aan op zoek te zijn naar zingeving en te willen werken op een plek die maatschappelijke verantwoordelijkheid pakt.

### **2. Zorg voor doorgroeimogelijkheden op alle opleidingsniveaus**

Alle respondenten geven aan doorgroeimogelijkheden belangrijk te vinden. Voor huidige werkenden is het een factor om op Schiphol actief te blijven. Van alle respondenten geven degenen met een hbo-achtergrond procentueel het meest aan doorgroeimogelijkheden het belangrijkste te vinden, terwijl het werkgebied Schiphol veel werkgelegenheid biedt voor de mbo-doelgroep. Omdat niet elke organisatie doorgroeimogelijkheden kan bieden vanwege de grootte van de organisatie of het type werk, is het van belang hier als luchtvaartsector de krachten te bundelen

### **3. Laat zien dat werken in een divers team onderdeel is van werken op Schiphol**

Een divers team is voor alle respondenten belangrijk en wint het bij het dilemma een keuze te maken uit inhoudelijk werk dat bij je past vs. divers team. Bij een divers team kan gedacht worden aan diversiteit in opleidingsniveau, geslacht, leeftijd en culturele achtergrond.

### **4. Profileer werkgebied Schiphol als 'place to be' voor innovatie**

Innovatie komt in het onderzoek naar voren als een belangrijke aantrekkingskracht om op Schiphol te gaan werken. Ook wordt innovatie gezien als sleutel naar verduurzaming. 74% van de respondenten geeft aan dat ze Schiphol als de plek voor innovatie en vernieuwing zien. Dat is een mooie score maar hier is dus zeker nog wat te winnen. Met name omdat innovatie in de interviews vaak wordt gekoppeld aan duurzaamheid en maatschappelijk belang.

### **5. Draag actief uit wat de mogelijkheden zijn op werkgebied Schiphol**

De meerderheid van de respondenten geeft aan werkgebied Schiphol een aantrekkelijke plek te vinden om te werken. Daarbij valt op dat respondenten met een wo-achtergrond werkgebied Schiphol een minder aantrekkelijke plek vinden om te werken dan respondenten met een mbo- en hbo-achtergrond. Een groot deel (32%) van de totale groep respondenten geeft aan onvoldoende zicht te hebben op baanmogelijkheden binnen de luchtvaartsector. Het beter uitdragen van de mogelijkheden voor alle doelgroepen is daarom nodig.