



< Persbericht >

Kelly Workforce Survey: zelfvertrouwen Nederlandse werknemer niet geschaad door recessie.

9 maart, 2010 - Nederlandse werknemers blijken opvallend veerkrachtig om te gaan met de recessie, waarbij bijna de helft zichzelf omschrijft als 'heel loyaal' aan hun eigen werkgever. Dit is een van de belangrijkste conclusies uit recent onderzoek van Kelly Services, marktleider in *workforce solutions*.

Volgens het onderzoek, uitgevoerd tussen oktober 2009 en januari 2010, vindt 47% dat ze 'heel loyaal' zijn aan hun huidige werkgever. Dit is één van de hoogste percentages in Europa.

Volgens het onderzoek zegt 18% dat de economische neergang hen loyaler heeft gemaakt, terwijl 9% zegt dat ze juist minder loyaal is geworden. 73% zegt dat het geen verschil uit maakt.

Werknemers die loyaler zijn naar hun werkgevers, zeggen dat dit voortkomt uit een positieve bedrijfsmoraal, positief management en actieve communicatie van senior management. Degene die minder loyaal zijn, zeggen dat dit met name te wijten is aan slecht management en slechte communicatie.

De resultaten zijn onderdeel van de *Kelly Global Workforce Index*, een doorlopend internationaal onderzoek met reacties van zo'n 134.000 respondenten uit de hele wereld, waaronder Nederland en andere landen in Europa, Noord Amerika en Azië.

De invloed van de huidige economische situatie op de werkhouding is het grootst onder de baby boomers (leeftijd 48-65). In deze groep zegt 67% dat ze 'helemaal loyaal' zijn aan hun huidige werknemer in vergelijking met 53% van Generatie X (leeftijd 30-47) en 35% van Generatie Y (leeftijd 18-29).

Kelly Services' Bas Jongen, OPS Manager PT Benelux zegt: "Werkgevers die eerlijk hebben gecommuniceerd met hun personeel over de moeilijke economische omstandigheden en geprobeerd hebben goed voor hen te zorgen, hebben ervoor gezorgd dat er een sterker vertrouwen is in de organisatie. Deze verhoogde werknemersbetrokkenheid resulteert waarschijnlijk in een concurrentievoordeel bij herstel van de economie, met een toegewijd en doelgericht personeelsbestand".

Resultaten van het onderzoek in Nederland onthullen:

- Wanneer er werd gevraagd naar één reden waarom een werknemer loyaler zou zijn aan zijn of haar baan zegt 45%: "interessanter of uitdagender werk" gevolgd door "meer zinnvolle verantwoordelijkheid" (20%);
- Bij de keuze voor een nieuwe baan wordt de reputatie van het bedrijf als "erg belangrijk" beschouwd door 34% van de baby boomers en slechts 15% van Gen Y;
- 32% van de baby boomers hebben veel vertrouwen in het vermogen van hun werkgever om verantwoordelijkheid te nemen ten opzichte van mens en milieu, dit is hoger dan bij Gen X (29%) en Gen Y (23%);

- Op de vraag om welke redenen respondenten hun huidige werkgever zouden verlaten, geeft 35% aan dat een slecht personeelsmoraal de reden zou zijn, gevolgd door het ontbreken van kansen op promotie (17%) en slecht management (15%).

De reputatie van een organisatie blijkt een belangrijk element in de carrierekeuzes van werknemers en toekomstige werknemers. In het beoordelen van de reputatie van een bedrijf wegen de kwaliteit van leiderschap, producten en diensten, en werknemers het zwaarst. Minst belangrijk zijn internationale vestigingen, financiële performance, hoe lang een bedrijf al bestaat en initiatieven gericht op 'corporate social responsibility'.

"Wanneer we kijken naar de redenen waarom mensen gemotiveerd op hun werkplek zitten, zien we duidelijk dat de kans op persoonlijke groei en ontwikkeling cruciaal is, net als de kans om stimulerend en uitdagend werk te kunnen doen", concludeert Bas Jongen.

Voor meer informatie over het onderzoek en de resultaten, kijk op: [Kelly Global Workforce Index](#).

< Einde persbericht >

Voor de redactie:

Over Kelly Global Workforce Index

De Kelly Global Workforce Index is een jaarlijks onderzoek dat meningen over werk en werkplek onderzoekt onder verschillende generaties. Ongeveer 134.000 mensen uit Europa, Noord Amerika en Azië hebben meegedaan aan het onderzoek van 2010. De resultaten worden elk kwartaal gepubliceerd. In 2009 ontving Kelly Services de MarCom Gold Award voor de Kelly Global Workforce Index in de categorie "Research/Study".

Over Kelly Services

Kelly Services, Inc. (NASDAQ: KELYA, KELYB) is marktleider in workforce solutions. Kelly heeft een ruim aanbod van outsourcing en consulting services maar ook de beste werknemers voor tijdelijke, 'temporary-to-hire' en 'direct-hire' basis. Kelly is wereldwijd actief en verzorgt jaarlijks werk voor 480.000 mensen. De omzet in 2009 was 4,3 miljard dollar. Voor meer informatie: www.kellyservices.com.

Contact Kelly Services:

Tamara Achba - Regional Marketing Manager EMEA

E-mail: tamara.achba@kellyservices.eu

Office: +41 (0) 32 737 18 29 - **Mobile:** +41 (0) 79 232 63 87 - **Fax:** +41 (0) 32 737 18 01

Av.Ed.-Dubois 20, 2006 Neuchatel/Switzerland

www.kellyservices.com

Contact Conspiracy Concepts:

Sebastiaan Hoes

E-mail: Sebastiaan@conspiracyconcepts.com

Office: +31 (0) 20 623 46 84 | **Mobile:** +31 (0) 6 46 311 388 | **Fax:** +31 (0) 625 26 50

Helicopterstraat 3, 1059 CE Amsterdam/Netherlands

www.conspiracyconcepts.com