



VERKIEZING AANTREKKELIJKSTE WERKGEVER VAN LIMBURG

# ACTIEF AAN DE SLAG MET ARBEIDSMARKTCOMMUNICATIE

Goede arbeidsmarktcommunicatie is essentieel voor het aantrekken van werknemers. Maar dit blijkt in de praktijk vaak een stuk lastiger dan gedacht. De verkiezing Aantrekkelijkste Werkgever van Limburg geeft het bedrijfsleven in heel Limburg de kans om zich als werkgever te profileren, mét resultaat.

## PLATFORM

Het doel van de verkiezing Aantrekkelijkste Werkgever van Limburg is om werkgevers een platform te bieden en zich te promoten bij een doelgroep die ze anders niet zo makkelijk bereiken. Het idee voor de verkiezing ontstond acht jaar geleden vanuit de constatering dat onbekend ook echt onbemand maakt. "Wij helpen bedrijven met hun employer branding en jongeren met hun regionale arbeidsmarktorientatie",

vertelt initiatiefnemer en organisator Jos Meessen van Meet The Youngsters. "Bedrijven gaven een aantal jaar geleden al aan dat hun potentiële werknemers vaak geen idee hebben wat er achter hun deuren gebeurt, terwijl studenten vertellen dat er in de regio niks te doen is en ze daarom uitwijken naar andere regio's. Ondertussen willen de overheidsinstanties juist talent boeien en binden aan de regio. Er ging dus iets niet goed. Wij kwamen op het

idee om de bedrijven door middel van een verkiezing in de spotlights te zetten. De eerste editie van de verkiezing trok een veertigtal bedrijven en sindsdien is het aantal deelnemers elk jaar gegroeid. Ook doen er steeds meer soorten bedrijven en non-profit organisaties mee."

## ACHTERBAN

De verkiezing hanteert drie regio's: Noord-, Midden- en Zuid-Limburg, onderverdeeld in mkb en groot bedrijf.

Voor de regio Zuid-Limburg is er sinds dit jaar de extra categorie middelgroot. Het bedrijf met de meeste stemmen wint de titel Aantrekkelijkste Werkgever van Limburg. Daarnaast wordt er per regio een winnaar gekozen. De winnaar van de titel en de drie regiowinnaars ontvangen een mooie beker en mogen een jaar lang hun titel uitdragen. "We kiezen bewust niet voor een jury. Bij deze verkiezing gaat het erom dat je een grote achterban hebt die ook echt achter hun keuze staat. Heb je het als werkgever goed voor elkaar, dan zijn jouw werknemers de grootste ambassadeurs die zelfs via hun sportclubs oproepen om te stemmen. Zo ontstaat er een sneeuwbal effect."

De stemmen halen deelnemende bedrijven binnen door actief campagne te voeren. "Bedrijven komen met hele creatieve uitingen. Zo heeft ProfCore voor de verkiezing van dit jaar een promotievideo gemaakt waarin drie kartonnen exemplaren van hun collega Piet centraal staan. Dankzij onze samenwerking met Qmusic Limburg konden de deelnemende bedrijven zich dit jaar bovendien ook via de radio promoten bij hun potentiële werknemers. We hebben hier veel reacties op gekregen, ook van jongeren die in

bestelwagens rondreden voor pakketjes en boodschappen."

#### ZEVENDE EDITIE

Dit jaar werd de verkiezing voor de zevende keer gehouden en deden er 170 bedrijven en organisaties mee. "Bedrijven konden zich vanaf 21 november inschrijven voor de verkiezing van dit jaar. De eerdere deelnemers stonden te trappelen om aan de slag te gaan. Door de verkiezing ontstaat er binnen de organisatie een saamhorigheidsgevoel en dat zorgt voor een enorme drive. Dat merkten we toen we in maart de stembussen heel even sloten om per regio en categorie de koplopers te analyseren en op de website te publiceren. Deze koplopers ontvingen van ons een slagroomtaart en de respons op deze actie was enorm op social media. Je merkt dat zo'n actie meteen stimuleert om verder te gaan en meer stemmen te werven. En wanneer bedrijven worden uitgeroepen tot (regio)winnaar, krijgt de beker vaak een pontificale plek binnen het bedrijf waar iedereen deze kan zien."

#### NIEUWE KANDIDATEN

Stemmen vergaren en zelfs een beker winnen is mooi, maar het belangrijkste van het deelnemen aan de verkiezing is dat bedrijven en organisaties actief

aan de slag gaan met hun employer branding (arbeidsmarktcommunicatie). "Het biedt de perfecte gelegenheid om te laten zien dat een bedrijf zoals Mifa meer doet dan alleen het produceren van aluminium producten. Ook maakbedrijven hebben een afdeling sales, marketing en financiën. Hetzelfde geldt voor organisaties zoals De Zorggroep. Je kunt er veel meer doen dan hetgeen waar het bedrijf in de volksmond om bekend staat. De winnaars van eerder edities geven bovendien aan dat zij reacties van kandidaten op vacatures hebben ontvangen die zij anders niet hadden binnen hadden gekregen."

Dit jaar vond de uitreiking plaats op 17 mei bij KLG in Venlo. Bij het te perse gaan van dit magazine was de uitslag van de verkiezing nog niet bekend. Kijk voor de winnaar van de titel Aantrekkelijkste Werkgever van Limburg en de regiowinnaars op [www.aantrekkelijkstewerkgever.nl](http://www.aantrekkelijkstewerkgever.nl).



De finalisten van 2021. Vlnr Jos Merx, lid raad van bestuur van De Zorggroep, regiowinnaar groot bedrijf Noord-Limburg; Ivo Hanssen, directeur Interduct, regiowinnaar groot bedrijf Midden-Limburg; en Roger Ruijters, voorzitter raad van bestuur van Envida, regiowinnaar groot bedrijf Zuid-Limburg en overall winnaar groot bedrijf