

YouTube voor de arbeidsmarkt

Vergeet de banenbeurs, de wervingsvideo rukt op. Maar niet iedereen is enthousiast

Eveline Domevscek
Amsterdam

Een bouwput in het centrum van Den Haag onder begeleiding van snerpande gitaargeluiden. Net voordat je denkt dat je naar de nieuwste promotiefilm over de gemeentelijke bouwplannen aan het kijken bent, verschijnt een uitvoerder van bouwbedrijf Ballast Nedam in beeld. Vanuit de kraan, vanuit de put en naast de container vertelt hij dat zijn organisatie op zoek is naar een volledige heiploeg om vervolgens af te sluiten met de woorden: 'Durf jij de uitdaging aan om bij dit supergezellige bedrijf te komen werken, bel ons dan. We staan op de uitkijk.'

Teun de Jong, directeur personeelszaken bij Ballast Nedam Infra, kwam op het idee om dit vacaturefilmje te laten maken. 'Het is één van de manieren, naast stages, beurzen en advertenties, om de aandacht van de sollicitant te trekken.' Een nieuwe manier welteverstaan. Na de introductie van de onlinevideo-cv's waarop sollicitanten zich kunnen voorstellen aan een potentiële werkgever, zijn er nu ook de onlinevacaturevideo's waarop werkgevers zich kunnen voorstellen aan hordes sollicitanten.

De Jong liet zijn vacaturefilmjes maken door VideoMonday.nl-werkplek in beeld. Sinds anderhalve maand is deze vacaturesite 'live' en brengen er inmiddels zo'n vijftig bedrijven in beeld welke persoon ze zoeken en wat de nieuwe werknemer te wachten staat. Bedrijven kunnen zich op de site presenteren door zelf een filmje te maken en dit te uploaden op de site of voor € 150 een camera-journalist in te huren die de video voor het bedrijf in elkaar zet.

Volgens oprichter en eigenaar Cedric Boterman zijn de vacaturevideo's 'lekker in ontwikkeling'. Sinds eind vorig jaar bieden vacaturesites als Monsterboard en de Nationale Vacaturebank ze aan en nu is er dus een site die zich volledig richt op deze filmjes. De video's onderscheiden zich van de bedrijfsfilms die grote bedrijven al langer via hun website aanbieden. En ook met de films op videozuilen, die op vele scholen en universiteiten staan,

bestaan duidelijke verschillen, zegt Boterman. 'Dat zijn vaak heel algemene, vrij gelikte bedrijfsfilmjes. Nu brengen we heel specifiek de werkplek in beeld, de leidinggevende en de collega's. Een sollicitant kan zo binnen een minuut een gevoel krijgen bij het bedrijf en bepalen of hij of zij bij dat bedrijf wil werken.'

Hebbes is het eerste werving- en selectiebureau in Nederland waar bedrijven sinds kort hun vacatures ook op film kunnen laten vastleggen. In tegenstelling tot VideoMonday, dat zich volledig richt op de video's, ziet eigenaar Marcel de Jong de filmjes vooral als 'toegevoegde waarde' voor een sollicitant op de huidige krappe arbeidsmarkt. 'Een kandidaat wordt tegenwoordig gebombardeerd met vacatures. Een filmje valt op en helpt de kandidaten een snellere schifting in het aanbod te maken', aldus eigenaar De Jong. Hebbes wijkt dus, net als veel bedrijven die om nieuw personeel staan te springen, uit naar nieuwe mogelijkheden om mensen aan te trekken. En personeel

is nog steeds hard nodig, zo bleek deze week nog uit de Monster Employment Index, de barometer van de online arbeidsmarkt. Deze index liet zien dat het Nederlandse vacatureaanbod in maart is gestegen naar een nieuw record. De Jong: 'Je ziet bedrijven nu uitwijken naar veel gekkere manieren dan een vacaturevideo. Tegenwoordig bieden ze iemand bij wijze van spreken alleen al een lease-auto aan als hij komt solliciteren.'

Zowel bij Hebbes als bij VideoMonday zijn het vooral bedrijven uit de mkb-sector die de mogelijkheid van een vacaturevideo aantrekkelijk lijken te vinden. 'Logisch', vindt Marcel de Jong, 'nu hebben ze de mogelijkheid in beeld te komen. Waar de sollicitant de websites van grote bedrijven als Unilever en Heineken zo kan vinden, moeten kleinere bedrijven op andere

wijzen hun aanbod tonen. Bovendien ontbreekt nogal eens een hrm-afdeling waardoor het werven van talent een bijzaak wordt.' Boterman is vooral verheugd dat op zijn 'YouTube voor de arbeidsmarkt' mkb-bedrijven naast multinationals komen te staan. 'Iedereen is gelijk. Kleine bedrijven worden niet overschaduwd door grotere ondernemingen. En dat is toch heel anders dan — met alle respect — de advertenties in de printmedia, waar enorme bedragen worden neergelegd voor een advertentie.'

Niet iedereen is onverdeeld enthousiast over de wervingsvideo's. Hoewel Joep Bolweg, hoogleraar human resources management aan de Amsterdamse Vrije Universiteit en directeur hrm bij Berenschot, de filmjes een 'logische ontwikkeling binnen de schaarse arbeidsmarkt' noemt, voorziet hij problemen. 'Mensen lopen het gevaar dat de werkplek en de werkinhoud door die leuke manager wel heel ideaal worden voorgesteld.

Het is net als bij kleurrijke advertenties in recruitment-tijdschriften: het lijkt prachtig, maar als je er eenmaal zit, komen de grijze muren op je af.' Bolweg herkent in de opkomst van vacaturevideo's de trend van personificering die al langer aan de gang is. 'Het

Rijk gebruikt deze techniek al in zijn commercials. In de wervingsreclames voor defensie zie je bijvoorbeeld allemaal leuke militairen die onder begeleiding van een spannend muziekje allerlei leuke dingen doen.'

Het gevolg van dit, volgens Bolweg 'hoge Peter Stuyvesant-gehalte' in reclames en recruitment, is een hoog verloop onder de nieuw binnenkomende mensen. Bolweg: 'Het ideaalbeeld dat geschetst is, blijkt tegen te vallen met een hoop teleurgestelde starters als gevolg.' Vooral de ICT-sector en de accountancy kennen een groot verloop. In de laatstgenoemde groep zelfs 70%, zegt Bolweg. 'Daar blijkt het net even niet zo feestelijk als werd voorgesteld.'

Teun de Jong van Ballast Nedam kan zich niet vinden in deze voorstelling van zaken. 'Het is nog te vroeg om de effecten van de videovacatures te zien, maar wat zeker is, is dat de werkplek en de collega's niet veel mooier te maken zijn dan ze nu zijn. Dit is wat het is.'

Boterman noemt de filmjes zelfs 'transparant' en 'puur'. En zelfs als de arbeidsmarkt straks weer uitdijt, is hij niet van plan zijn films los te laten. 'Dan veranderen we mee met de markt door weer meer video-cv's te plaatsen.'

Voorbeelden
vacaturevideo's: www.fd.nl/carriere



Bedrijven zoomen in op kandidaten.

Foto: Corbis

