

Persbericht

AANTAL PERSONEELSADVERTENTIES IN 2008 GEDAALD MET 7,3%

DIEMEN- 22 januari 2009 - Het aantal personeelsadvertenties is in 2008 met 7,3% gedaald ten opzichte van 2007, blijkt uit cijfers van Nielsen. Met name het vierde kwartaal liet met -15,1% een scherpe daling zien in het aantal personeelsadvertenties als gevolg van de kredietcrisis. Nielsen registreert de personeelsadvertenties in meer dan duizend media waaronder de landelijke en regionale dagbladen, vak- en managementbladen en de belangrijkste vacaturesites.

Grootste daling personeelsadvertenties bij dagbladen

Over heel 2008 hebben er ruim 72.500 personeelsadvertenties in dagbladen gestaan, 12,4% minder in vergelijking met 2007. Voornamelijk in het derde (-14,6%) en het vierde (-25,8%) kwartaal van 2008 nam het aantal personeelsadvertenties af in dagbladen ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder. Ondanks een groei van 1% in het derde kwartaal, zijn er in de vak- en managementbladen in het vierde kwartaal 12,3% minder personeelsadvertenties geplaatst dan in het laatste kwartaal van 2007, waarmee dit mediumtype op een totaal uitkomt van -6,1% over heel 2008. Het aantal personeelsadvertenties op jobsites nam in 2008 af met 6,6%. In het laatste kwartaal van 2008 nam het aantal personeelsadvertenties op internet af met 13,3%.

Marktaandelen

Nielsen registreerde in 2008 bijna 1,3 miljoen personeelsadvertenties waar ruim 1,4 miljoen vacatures in stonden. Internet is verantwoordelijk voor 90,2% hiervan, dagbladen neemt 5,6% voor zijn rekening, vak- en managementbladen 3,3% en de overige mediumtypen 0,9%.

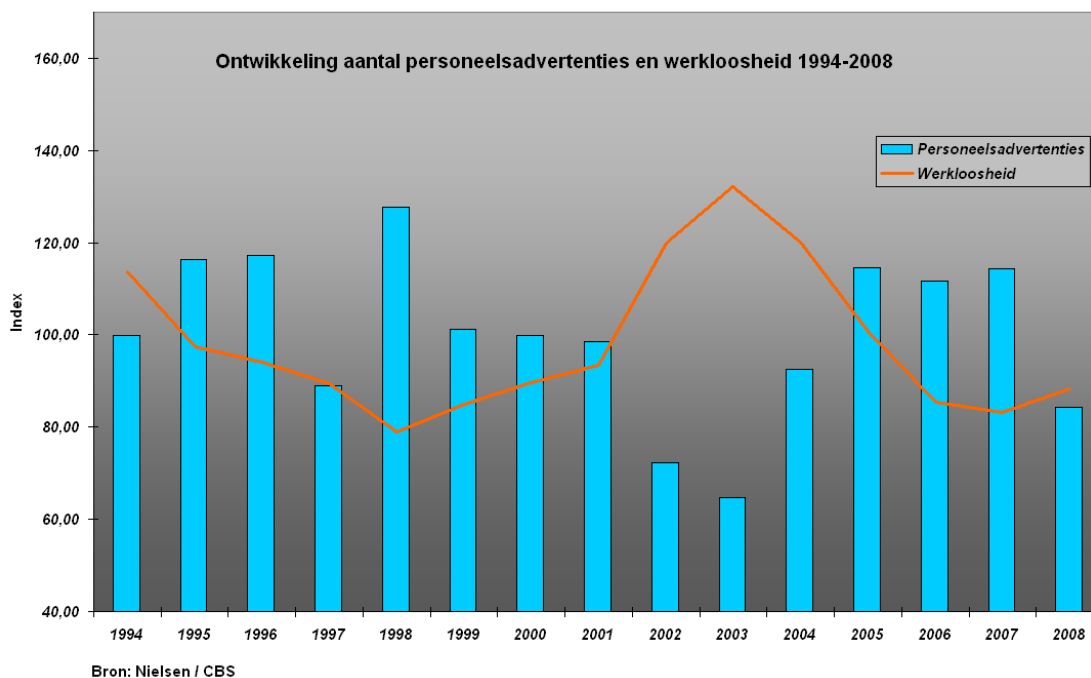
In de bijna 1,3 miljoen personeelsadvertenties werd voor ruim 1,4 miljoen vacatures geadverteerd in 2008. Dat is 7,3% minder dan in 2007. Hiervan werden er ruim 1,1 miljoen vacatures geregistreerd op internet (-6,6%), 165.000 in dagbladen (-13,3%) en bijna 93.000 (-4,9%) in vak- en managementbladen. In de overige mediumtypen registreerde Nielsen in 2008 ruim 4.000 vacatures (-6,8%).

Werkloosheid

Voor het eerst sinds ruim drie jaar is er een einde gekomen aan de daling van de werkloosheid, blijkt uit cijfers van het Centraal Bureau voor de Statistiek. De voor seizoen gecorrigeerde werkloosheid kwam in de periode oktober t/m december 2008 uit op 300.000 personen, 7.000 personen meer dan in de vorige driemaandsperiode. Over heel 2008 gemeten nam de werkloosheid nog wel af in vergelijking met 2007. In totaal waren er in 2008 gemiddeld 304.000 personen werkloos, 40.000 minder dan in 2007.

Beroepsgroepen

Binnen de vijf grootste beroepsgroepen heeft alleen Beleid en Bestuur een groei weten te noteren van 8% over heel 2008. De top 5 is goed voor 58% van het totale aantal personeelsadvertenties in 2008. De grootste daling binnen deze vijf was in de sector Verkoop en handel (-17%). Deze beroepsgroep liet naast Verzekeringen & financiën (-11%) en Informatie- en communicatietechnologie (-10%) over elk kwartaal van 2008 een daling laten zien.



Over Nielsen Media Research

Nielsen Media Research levert al 50 jaar informatie over mediabestedingen in Nederland en geeft op basis van complete en actuele data inzicht in de ontwikkelingen in de media- en reclamemarkt. Deze informatie is essentieel voor de bedrijfsvoering van alle partijen die in deze markt actief zijn: uitgevers, media-exploitanten, media- en reclamebureaus en adverteerders. Nielsen Media Research levert informatie over de mediabestedingen in vrijwel alle mediumtypen. Ongeacht het mediumtype realiseert ze vergelijkbaarheid in mediadruk op adverteerders- en productniveau. Naast de mediabestedingen legt Nielsen Media Research advertentie-uitingen in deze mediumtypen digitaal vast en levert het bedrijf informatie over mediabestedingen voor personeelsadvertenties. Kijk voor meer informatie op www.nl.nielsen.com



Over Nielsen Media Research International

Nielsen Media Research is onderdeel van Nielsen Media Research International (NMRI), dat wereldwijd media-informatie levert (zowel mediabestedingen als uitingen) in 35 landen. Via een netwerk van internationale samenwerkingsverbanden wordt media-informatie geleverd in meer dan 70 landen, waarmee wereldwijd gezamenlijk 85% van de mediabestedingen wordt vertegenwoordigd. In de VS voert Nielsen Media Research kijkonderzoek uit voor televisie. Buiten de VS voert Nielsen Media Research via internationale partnerships kijkonderzoek uit in 46 landen, luisteronderzoek voor radio in 9 landen en bereiksonderzoek voor print in 10 landen. Kijk voor meer informatie op www.nielsenmedia.com

Over The Nielsen Company

The Nielsen Company is een wereldspeler op het gebied van informatie en media en neemt de marktleiderspositie in met erkende merken op het gebied van marketing en consumenten informatie, onderzoek naar mediabereik en mediabestedingen, online intelligence, beurzen en tentoonstellingen en business publications (Billboard, The Hollywood Reporter, Adweek). The Nielsen Company is actief in meer dan honderd landen en heeft hoofdkantoren in New York (Verenigde Staten). Kijk voor meer informatie op www.nielsen.com